

2153
2384
2240

BCR3103
Bacheloroppgave

03.06.2020

**Er tjenestekvalitet en suksessfaktor for å beholde kunder?
- En kvantitativ studie av SATS**



Vår 2020

Denne bacheloroppgaven er gjennomført som en del av utdannelsen ved Høyskolen Kristiania. Høyskolen er ikke ansvarlig for oppgavens metoder, resultater, konklusjoner eller anbefalinger.

Forord

Etter tre lærerike år på Markedsføring og merkevareledelse ved Høyskolen Kristiania, nærmer vi oss veiens ende. Det er med stolthet at vi kan presentere vårt siste bidrag, nemlig bacheloroppgaven vår om tjenestekvalitetens påvirkning på frafall hos SATS. Målet for oppgaven er at den skal være praksisnær og potensielt anvendelig for enhver aktør innen servicebransjen.

Vi ønsker å rette en stor takk til vår veileder Nils Arne Bakke, professor for økonomi og innovasjon ved Høyskolen Kristiania. Nils Arne har vært en viktig støttespiller og bistått med kunnskap og perspektiver, særlig innen fagområdene digitalisering og økonomi samt metodikk. Han har utfordret, kritisert og oppmuntret oss på veien mot en bacheloroppgave vi kan være stolte av. Vi takker for all den tiden han har disponert til oss, gode samtaler og ikke minst ny og verdifull lærdom.

Videre ønsker vi å utgi en takk til vår foreleser Halldor Örn Engilbertsson som underviste oss i faget Service og tjenester. Hans formidlingsevne og engasjement for fagområde inspirerte oss til valgt problemstilling og tematikk i vår bacheloroppgave.

Sist, men ikke minst, vil vi takke alle våre respondenter som har bidratt til å besvare vår spørreundersøkelse, og gi oss et verdifullt datamateriale.

God lesning!

Oslo, 3.juni 2020.

Sammendrag

Formålet med bacheloroppgaven er å undersøke tjenestekvaliteten hos SATS og finne konkrete forbedringsområder som er avgjørende å ta tak i for å forebygge frafall. Innsikten fra undersøkelsen skal kunne brukes til å øke kundens livstidsverdi, ved å senke frafallsgrad og dermed øke lønnsomhet i bedriften.

Oppgavens problemstilling er som følger:

Hva er den forventede og opplevde tjenestekvaliteten hos SATS, og hvordan påvirker disse faktorene frafall?

Problemstillingen er videre operasjonalisert gjennom følgende forskningsspørsmål:

- 1. Hvor eksisterer de største GAP-ene i SATS' tjenestekvalitet sett fra kundeståsted, målt som forskjellen mellom forventet og opplevd tjenestekvalitet?*
- 2. Hvilke dimensjoner og variabler er mest avgjørende for customer retainment hos SATS?*
- 3. Hvilke GAP må SATS forbedre/lukke for å redusere churn og øke gjennomsnittlig kundelevetid?*

Problemstillingen ble besvart ved bruk av kvantitativ metode gjennom et deskriptivt design.

Datainnsamlingen ble gjort ved bruk av en nettbasert survey, og delt via egne nettverk.

Undersøkelsen ble formet med utgangspunkt i foreliggende forskning og litteratur innenfor det aktuelle feltet, med hovedvekt på spørreskjemaet SERVQUAL av Parasuraman, Zeithalm og Berry. Utvalget består av 165 respondenter, herunder eksisterende og tidligere medlemmer hos SATS. De innsamlede dataene ble analysert i SPSS.

For å besvare forskningsspørsmål 1 benyttet vi oss av en paired sample t-test. Av analysen kom det frem at det eksisterer et forbedringspotensiale i fire av fem dimensjoner (Fysiske fasiliteter, Program, Backstage ansatte og Frontstage ansatte) under tjenestekvalitet. Dette hvor dimensjonen Fysiske fasiliteter hadde det største avviket mellom forventet og opplevd tjenestekvalitet. Vi ser også at kundene særlig savner bedre plass rundt seg på gruppetimer, bedre renhold og vedlikehold, behagelig belysning og temperatur i lokalene, bredt og tilfredsstillende utvalg av utstyr og at utstyr er ledig når de ønsker å ta det i bruk.

Det ble gjennomført en logistisk regresjonsanalyse for å svare på forskningsspørsmål 2. Her fant vi ut at de største avvikene i tjenesteleveransen ikke er avgjørende for frafall. Dette var et overraskende funn. Vi så derimot at noen variabler med mindre avvik synes å ha en påvirkning på frafall. For deltagere på gruppetimer var gruppeinstruktørens dyktighet og engasjement en avgjørende variabel med påvirkning på frafall. For utvalget totalt sett, sett bort fra spørsmålene om gruppetimer, ser vi at det å ha et SATS-senter i geografisk nærhet er viktig for å redusere frafall. Resultatene indikerer at lokasjon er viktig også for de som benytter seg av gruppetimer. Videre så vi at følgende bakgrunnsvariabler, utenfor tjenestekvaliteten, hadde en påvirkning på frafall; antall treningsøkter per uke, lengde på kundeforhold og bruk av app. Resultatene tilsier dermed at tjenestekvalitetens påvirkning på frafall er begrenset, og at ikke tjenestekvaliteten alene kan predikere frafall.

Videre ble GAP-modellen, som er utviklet parallelt med SERVQUAL, benyttet for å belyse forskningsspørsmål 3. Her så vi at avvikene i tjenesteleveransen som er avgjørende for å redusere churn befinner seg mellom kundenes behov og design av tjenesten, og mellom design av tjenesten og den faktiske tjenesteleveransen. Basert på disse utfordringene anbefaler vi å ta en gjennomgang av rekrutteringsprosesser og oppfølging, øke fokuset på intern markedsføring og sikre attraktiv lokalisering av sentrene.

Innhold

Forord	1
Sammendrag	2
Innhold	4
1.0 Innledning	6
1.1 Bakgrunn for valg av tema	6
1.1.1 Tema	6
1.1.2 SATS	6
1.2 Problemstilling og forskningsspørsmål	7
1.3 Formålet med oppgaven	8
1.4 Avgrensninger	8
1.5 Oppgavens struktur	8
2.0 Litteraturgjennomgang	9
2.1 CLV og customer retainment	9
2.2 Tjenestekvalitet	11
2.3 GAP-modellen	11
2.3.1 GAP 1: Kunnskapsgapet	12
2.3.2 GAP 2: Spesifikasjonsgapet	12
2.3.3 GAP 3: Leveringsgapet	13
2.3.4 GAP 4: Kommunikasjonsgapet	13
2.3.5 GAP 5: Kundegapet	13
2.4 SERVQUAL	13
2.4.1 Pålitelighet	14
2.4.2 Responstid	14
2.4.3 Fysiske fasiliteter	14
2.4.4 Tillit/sikkerhet	14
2.4.5 Empati	14
2.5 The Influence of the Service Quality and Outcome Quality on the Member Overall Satisfaction	15
2.5.1 Personell	16
2.5.2 Fysiske fasiliteter	16
2.5.3 Program	17
2.5.4 Outcome Quality	17
3.0 Metode	17
3.1 Begrunnelse for valg av kvantitativ metode	17
3.2 Forskningsdesign	18
3.3 Utvalg	19
3.3.1 Utvalgsstrategi	19

3.3.2 Utvalgsstørrelse	20
3.4 Datainnsamling	20
3.4.1 Survey	20
3.4.2 Spørsmålsutforming	20
3.4.3 Skalabruk	22
3.4.4 Pretest	23
3.4.4 Gjennomføring	24
3.5 Dataanalyse	24
3.7 Kvalitetsvurdering	24
3.7.1 Validitet	24
3.8 Etske hensyn	26
4.0 Analyse	27
4.1 Utvalgsbeskrivelse	27
4.2 Datarensing	28
4.3 Normalfordeling	29
4.4 Faktoranalyse	30
4.4.1 Oppdaterte dimensjoner (faktorer)	32
4.5 Måling av reliabilitet	32
4.6 Funn	33
4.6.1 Forskningsspørsmål 1	33
4.6.2 Forskningsspørsmål 2	35
4.6.3 Forskningsspørsmål 3	42
5.0 Avslutning	45
5. 1 Konklusjon	45
5. 2 Svakheter ved oppgaven	46
5.3 Videre arbeid	48
Litteraturliste	49
Vedlegg	51
Vedlegg 1: Informasjon om eksisterende medlemmer fra TNS Gallup	51
Vedlegg 2: Sortering alle spørsmål fra SERVQUAL, SQAS og SSQRS	52
Vedlegg 3: Normalfordeling	53
Vedlegg 4: Faktoranalyse	57
Vedlegg 5: Reliabilitetsanalyse	61
Vedlegg 6: Forskningsspørsmål 1 - Paired Sample T-test	62
Vedlegg 7: Forskningsspørsmål 2 - Logistisk regresjon	66
Vedlegg 8: Spørreskjema	84

1.0 Innledning

1.1 Bakgrunn for valg av tema

Stadig flere produkter konverteres til tjenester grunnet økende digitalisering. Eierskap til ting blir mindre viktig, mens tilgang til tjenester av god kvalitet blir et viktig konkurranseparameter. Dette er bakgrunnen for valg av tema innenfor service og tjenester, da vi ønsker å skrive en bacheloroppgave som er i tråd med denne utviklingen. Målet er at oppgaven potensielt kan være relevant for enhver tjenestebedrift. Vi tror at treningsbransjen vil være særlig interessant fordi kunden i stor grad er involvert i tjenesteleveransen. Vi ønsker derfor å gjøre en grundig undersøkelse av tjenestekvalitet hos treningscenterkjeden SATS, som i dag er den største aktøren på markedet (tall fra Kantar TNS 2020). Dette er en merkevare mange har kjennskap til og erfaring med, noe som gjør det lettere å fremskaffe et adekvat datasett for vår problemstilling. Funnene vil forhåpentligvis kunne bidra til økt kunnskap om tjenestekvalitetens påvirkning på frafall hos SATS, og være av forretningsmessig betydning.

1.1.1 Tema

Tema for oppgaven er tjenestekvalitet, som befinner seg innenfor fagområdet service og tjenester. Vår bacheloroppgave vil forsøke å svare på hvordan en tjenestebedrift som SATS kan redusere churn og øke kundenes finansielle livstidsverdi gjennom å etablere grundig innsikt i kundenes forventning og opplevelse av tjenestekvalitet. Oppgaven vil ta utgangspunkt i oppdatert teori og empirisk forskning på lignende bedrifter. Måling og forbedring av tjenestekvalitet er viktig på tvers av en rekke bransjer, da det vil kunne være en prediktor for churn og kundelevetid. Dette er høyst relevant i treningsbransjen, som kjennetegnet av tøff konkurranse og konsolidering i senere år.

1.1.2 SATS

SATS tilhører treningskjeden SATS Group, som opererer under flere ulike merkevarer som ELIXIA, Fresh Fitness, HIYoga og Balance. SATS Group eies av Altor og Tryghedsgruppen, og har totalt sett 250 sentre i Norge, Sverige, Danmark og Finland. Deres motto lyder som følgende “We make people healthier and happier”. Forretningsmodellen baserer seg på en abonnementstjeneste, der kunden tilbys rimeligere pris ved ett års bindingstid.

Kjernetjenesten de tilbyr er ulike former for trening, derunder egentrening, gruppetrening, online trening og personlig trening. De tilbyr også tilleggstjenester som tilfører kundeopplevelsen ytterligere verdi og differensierer de i markedet. Vi har delt inn i fasiliterende og forbedrende tilleggstjenester, basert på figur 4.4 Flower of Service (Lovelock m.fl. 2009, 88).

Fasiliterende tjenester	Forbedrende tjenester
Informasjon: på nettside, i resepsjon og app	Kostholdsveiledning og bodyscan
Innmelding: på nettside, stands i resepsjon og telefon	Egen PT-sone
Fakturering og betaling: faktura, avtalegiro, delbetaling for PT, engangsbeløp for prøvetime (kortbetaling)	Butikk med utstyr, salg av kaffe og frukt/mellommåltid
Reservasjon: på nett, telefon eller app	Låsbare skap og badstue i garderobe
Innsjekk: scanning av medlemskort i elektronisk port ved inngang	Blogg om mat og helse
	Kundeservice tilgjengelig for klagehåndtering på telefon, chat og kontaktskjema på nett, ansatte ved sentrene.

SATS kom på 114. plass i Norsk Kundebarometer i 2019 med to stjerner, en kundetilfredshet score på 68,6 og kundelojalitet på 78,2 (BI 2020). Disse resultatene tyder på et betydelig forbedringspotensiale, noe som var en av kriteriene for valg av casebedrift. SATS vil ha stor potensiell forretningsmessig verdi av tiltak som øker kundetilfredshetsindeksen.

1.2 Problemstilling og forskningsspørsmål

Den overordnede problemstillingen for denne oppgaven er:

Hva er den forventede og opplevde tjenestekvaliteten hos SATS, og hvordan påvirker disse faktorene frafall?

For å sikre at vi svarer på hele problemstillingen har vi operasjonalisert problemstillingen gjennom følgende forskningsspørsmål:

1. *Hvor eksisterer de største GAP-ene i SATS' tjenestekvalitet sett fra kundeståsted, målt som forskjellen mellom forventet og opplevd tjenestekvalitet?*
2. *Hvilke dimensjoner og variabler er mest avgjørende for customer retainment hos SATS?*

3. *Hvilke GAP må SATS forbedre/lukke for å redusere churn og øke gjennomsnittlig kundelevetid?*

1.3 Formålet med oppgaven

Formålet med oppgaven er å undersøke tjenestekvaliteten hos SATS og finne konkrete forbedringsområder som er avgjørende å ta tak i for å forebygge frafall. Innsikten fra undersøkelsen skal kunne brukes til å øke kundens livstidsverdi, heretter CLV, ved å senke frafallsgrad og dermed øke lønnsomhet i bedriften. Dersom SATS klarer å sikre høy tjenestekvalitet kan de jobbe preventivt for å bevare kundeforhold og bruke mindre ressurser på win-back markedsføring.

1.4 Avgrensninger

Da vi har begrenset med tid og ressurser besluttet vi å avgrense utvalget som inngår i studien. Med bakgrunn i statistikk fra den landsdekkende undersøkelsen Forbruker & Media av Kantar TNS valgte vi aldersgruppen 20-29 år. Ifølge tall fra 2019 var aldersgruppen 25-29 den største nåværende kundegruppen med hensyn til antall medlemmer på treningssentre, og 20-24 den tredje største gruppen (Kantar TNS 2019, se vedlegg 1 for tall). Disse to kohortene utgjør en viktig målgruppe for SATS, da gruppens størrelse er av stor bedriftsøkonomisk betydning for SATS. Vi antar at atferden i denne tjenestekategorien i høy grad er avhengig av livssituasjon, noe statistikken indikerer. For å sikre tilgang til nok respondenter ønsket vi å ta for oss en bredere aldersgruppe og det var derfor naturlig å slå sammen aldersgruppen 20-24 og 25-29.

1.5 Oppgavens struktur

Oppgaven inneholder fem hoveddeler. Første del består av en innledning der tema og problemstilling presenteres. Andre del består av en teorigjennomgang som sikrer at vår empiriske undersøkelse er drevet av et oppdatert og relevant teoretisk rammeverk. I del tre presenterer vi på bakgrunn av del to valg av metode og forskningsdesign, som gir en indikasjon på hvordan vi ønsker å foreta datainnsamling, gjennomføring og kvalitetssikring. I fjerde del presenterer vi de ulike funnene vi har hentet inn basert på datainnsamlingen, og drøfter dette opp mot forskningsspørsmålene og problemstillingen. Avslutningsvis har vi i del

fem lagt frem en konklusjon, svakheter ved oppgaven og samtidig kommet med forslag til videre forskning.

2.0 Litteraturgjennomgang

2.1 CLV og customer retainment

Peelen & Beltman (2013, 179) definerer CLV på følgende måte: *“The lifetime value is the net present value of the future contribution by a customer to the overhead and the profit of a company. The customer makes a contribution to the result if the income from transactions exceeds the expenses incurred in completing them and maintaining the relationship”*.

For å beregne CLV må vi vite hvor lenge et gjennomsnittlig kundeforhold varer. Denne informasjonen har vi dessverre ikke tilgang til, men vi kan likevel si noe om lønnsomheten ved å forlenge kundeforhold. Hvis vi tar utgangspunkt i en medlemspris på 600kr (cirka midt mellom laveste og høyeste pris) og trekker fra 25% moms, vil det å beholde kundene et år lenger medføre en økning i inntekter på 1 188 000 000 kr (ved 220 000 medlemmer, ifølge Kantar TNS 2019). Dersom vi kan få kunden til å beholde sitt medlemskap kun en måned lenger vil dette føre til en økning i omsetning på 99 000 000 kr. Dersom churn reduseres med 5% per år (målt mot totalt antall kunder), vil selskapet øke inntektene per år med $0,05 * 220000 * 500 = 66$ millioner. Da de fleste kostnadene til SATS kan betraktes som faste (lokaler, administrative systemer, apparater og ansatte), vil dette være tilnærmet en netto gevinst. Dette er tilstrekkelig robuste tall til å kunne fastslå et stort vekstpotensiale. Denne oppgaven vil ikke gå detaljert inn i SATS' kostnader og marginer, og har derfor ikke som ambisjon å komme med en eksakt verifikasjon av dette verdipotensialet.

Skal CLV øke, er det viktig for SATS å etablere et pålitelig faktagrunnlag som viser driverne (de viktigste variablene) for kundetilfredshet, og som forteller hvor godt SATS klarer å levere på disse driverne. Det er ikke bare viktig å vite hva kundene forventer generelt sett, men også hvilke dimensjoner/variabler som er viktige og hvilke som er mindre viktige. Det er derfor avgjørende å identifisere de viktige variablene. Hvis det er stor diskrepans i forventning og leveranse på en variabel som har liten eller ingen påvirkning på frafall, så er diskrepans her

ikke blant de høyest prioriterte variablene som SATS bør investere i å forbedre. Vi vil i begrenset grad legge vekt på kundens egne beskrivelse av viktigheten av dimensjonene, da dette kun vil si noe om respondentenes holdninger eller meninger om hva som er viktig for dem. Ofte er det begrenset samsvar mellom hva respondenter sier, og hvordan de faktisk handler. Det interessante for oss er derfor å se på hvilke dimensjoner/variabler som påvirker frafall i størst grad. Basert på våre dataanalyser som vektlegger faktisk atferd mer enn formulerte holdninger, og vår rangering av viktigheten av dimensjonene/variablene vil vi kunne vurdere dette.

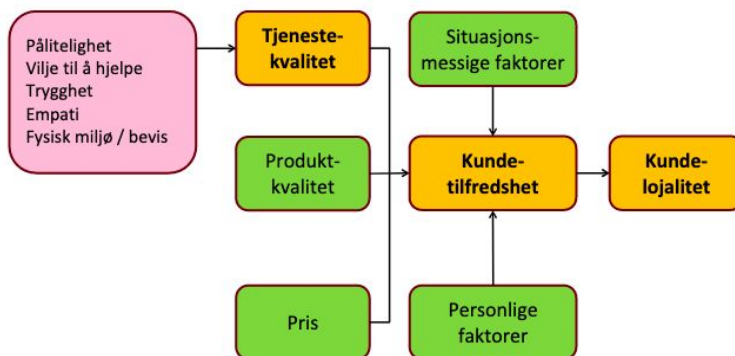
Arbeid med relasjonsmarkedsføring (CRM) bygger på et premiss om at det lønner seg å beholde kunder (Peelen og Beltman 2013, 61). Ifølge Peelen og Beltman (2013, 62) medfører det å betjene eksisterende kunder færre kostnader enn å betjene nye kunder, men fordelene varierer i ulike bransjer. Returnerende kunder handler ofte mer eller velger skreddersydde tilbud til høyere pris og fungerer ofte som ambassadører som gir bedriften nye kunder. Dette bidrar til lønnsomheten i bedriften og bedre avkastning. Små investeringer i å øke kundetilfredshet kan vesentlig redusere churn og forlenge kundeforholdet. Det er derfor særlig viktig for SATS å fokusere på å øke CLV (Peelen og Beltman 2013, 62). Gitt like lang restlevetid av kundeforholdet, så vil investeringer i å redusere frafall være lønnsomme så lenge kostnaden for å unngå et frafall er lavere en kostnaden ved å vinne en ny kunde.

Ifølge Peelen og Beltman (2013, 241-242) er det særlig viktig å fokusere på å beholde kunder i en nedgangsfase (decline phase) i kunderelasjonen. Nedgangen kan skyldes enten eksterne faktorer som ikke kan påvirkes eller tjenestekvaliteten. Hvis man retter opp dette for kunden viser forskning at dette kan bli de mest lojale kundene. Dette synet støttes av det man i tjeneste litteraturen kaller “Service recovery paradox” (Wilson m.f. 2016). Et eksempel på en ekstern faktor som er vanskelig å påvirke er medlemmenes psykiske helse. Ifølge en studie publisert i *Preventive Medicine Reports* bør fremtidig forskning som omhandler “membership retention” på treningssentre fokusere på medlemmenes psykiske helse, da dette er den største indikatoren på om de vil avslutte medlemskapet innen det første året (Hooker m.fl. 2016). Andre eksterne faktorer som vil være vanskelig å påvirke er ekstern konkurranse og substitutter, samt andre fritidsaktiviteter som kjemper om kundens oppmerksomhet. Det vil være naturlig å anta at ikke bare tjenestekvalitet, men også konkurrenters tilbud og prissetting

av tjenesten vil være av betydning. Se figur 1 for nærmere begrunnelse for hvorfor pris ikke inkluderes i undersøkelsen. På tross av slike eksterne faktorer har vi tatt utgangspunkt i det SATS kan påvirke, nemlig tjenestekvaliteten.

2.2 Tjenestekvalitet

Litteraturen skiller mellom begrepene tjenestekvalitet, kundetilfredshet og kundelojalitet. “The quality-satisfaction link” er en modell presentert i boken *Services Marketing* (Wilson m.fl. 2016, 71) som en del av et teoretisk rammeverk for å forklare sammenhengen mellom disse begrepene. Av modellen fremgår det at kundetilfredshet er et bredere begrep som består av følgende: tjenestekvalitet, produktkvalitet, pris, situasjonelle faktorer og personlige faktorer. Videre vil man kunne forvente å se kundelojalitet som et resultat av kundetilfredshet. Da vi har valgt å avgrense oss til å undersøke tjenestekvaliteten til SATS, vil vi ikke kunne ta høyde for de andre faktorene som påvirker både kundetilfredshet og -lojalitet i denne undersøkelsen. Tjenestekvalitet handler om hvordan kunder vurderer kvaliteten til en tjeneste basert på pålitelighet, vilje til å hjelpe, trygghet, empati, fysisk miljø/bevis. Denne femdelingen av tjenestekvalitet har bakgrunn i SERVQUAL, som er beskrevet i kapittel 2.4.

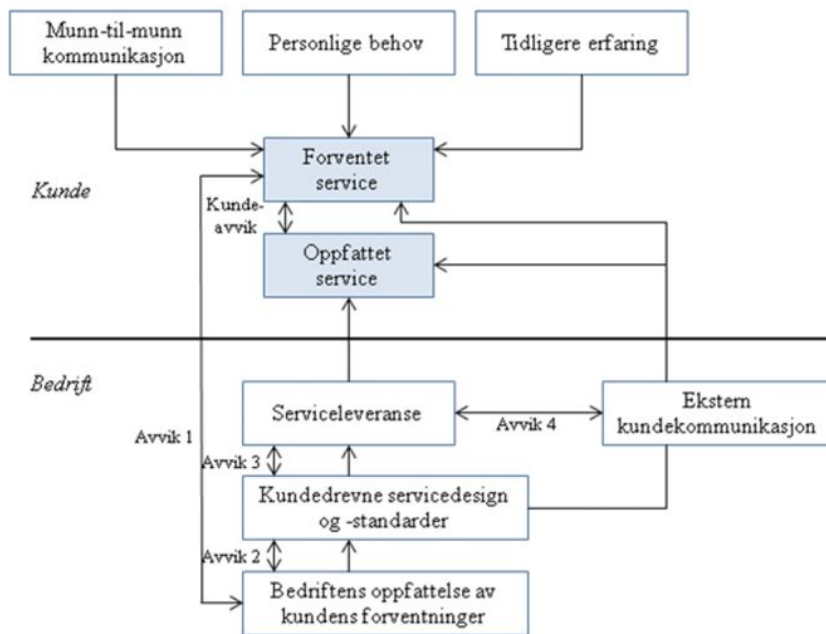


Figur 1. Basert på figur 4.1 the quality-satisfaction link (Wilson m.fl. 2016, 71).

2.3 GAP-modellen

GAP-modellen er et analyseverktøy som brukes for å forbedre tjenestekvaliteten til en bedrift (Wilson m.fl. 2016, 93). Modellen viser avvik mellom forventet og opplevd tjenestekvalitet,

som de omtaler som *gap* i tjenesteleveransen. Hensikten er å avdekke kritiske gap i tjenesteleveransen som kan føre til svikt når kunden er i møte med bedriften. Oppstår disse gapene, bør de lukkes ved å implementere nødvendige tiltak i bedriften. I modellen er det identifisert fem gap som kan medføre en trussel for bedriftens totale tjenestekvalitet.



Figur 2 basert på: Figur 2.6 “Gaps model of Service Quality” (Zeithaml, Bitner og Gremler 2009, 43)

2.3.1 GAP 1: Kunnskapsgapet

Det første gapet heter kunnskapsgapet og omhandler leverandørens forståelse av kundens behov (Parasuraman, Zeithaml og Berry 1985, 44). Årsak til svikt i dette gapet er ofte manglende kunnskap om kunden, noe som har en vesentlig betydning for å imøtekomme kundenes forventninger på en tilfredsstillende måte.

2.3.2 GAP 2: Spesifikasjonsgapet

Spesifikasjonsgapet er knyttet til bedriftens valg av design og standarder som skal ha til hensikt å gjenspeile kundenes behov (Parasuraman, Zeithaml og Berry 1988, 45). For å unngå avvik i dette gapet kreves det at bedriften gjør et grundig arbeid i planleggingsprosessen. Dette fordi det er i planleggingsprosessen viktige avgjørelser tas om blant annet hvilke rutiner og arbeidsprosesser som skal innføres, og hvilke ressurser det vil være lønnsomt å investere i på lang sikt.

2.3.3 GAP 3: Leveringsgapet

Leveringsgapet tar utgangspunkt i hvordan tjenesten faktisk blir levert. Her er de ansatte i direkte kontakt med kunden. En forutsetning for å unngå avvik i denne delen av tjenesten er at valgte standarder støttes opp med tilstrekkelig og passende ressurser slik som mennesker, systemer og teknologi (Parasuraman, Zeithaml og Berry 1985, 45).

2.3.4 GAP 4: Kommunikasjonsgapet

Kommunikasjonsgapet er knyttet til hvilke forventninger bedriften selv løfter frem i deres markedskommunikasjon til nåværende og potensielle kunder (Parasuraman, Zeithaml og Berry 1985, 46). Her vil det oppstå et avvik dersom bedriften lover noe i markedskommunikasjonen som de på et senere tidspunkt ikke kan levere på.

2.3.5 GAP 5: Kundegapet

Til slutt finner vi kundegapet, som er et resultat av de fire overnevnte leverandørgapene. Det overordnede målet med GAP-modellen er å lukke kundegapet. Dette dreier seg om å levere en opplevelse som oppfyller kundens forventninger i møte med bedriften (Parasuraman, Zeithaml og Berry 1985, 46). Det er i dette møtet den helhetlige kvaliteten blir vurdert. En forutsetning for at forventning og opplevd servicekvalitet samsvarer er at bedriften først lukker de fire leverandørgapene nevnt ovenfor.

2.4 SERVQUAL

SERVQUAL, utviklet av Parasuraman, Zeithaml og Berry (1988), er et verktøy som måler differansen mellom kundens forventning og opplevelse av tjenestekvalitet til en tjenestebedrift. SERVQUAL operasjonaliserer begrepet “tjenestekvalitet” gjennom fem ulike dimensjoner (pålitelighet, fysiske fasiliteter, respons, tillit og empati) som har vesentlig betydning for hvordan servicekvalitet oppleves (Parasuraman, Zeithaml og Berry 1988, 23). Hver dimensjon har flere elementer (spørsmål) målt på en syvpunkts skala som varierer fra “sterkt enig” til “sterkt uenig” og forskere foreslår totalt 22 spørsmålspar under de fem ulike dimensjonene (Parasuraman, Zeithaml og Berry 1988, 22). Ettersom vi ønsker å få svar på hvordan SATS sin tjenestekvalitet oppleves i dag vil en SERVQUAL undersøkelse være vårt

sentrale utgangspunkt for hvordan vi går frem for å få svar på problemstillingen. Det vil dermed være hensiktsmessig å utdype betydningen av de fem ulike dimensjonene.

2.4.1 Pålitelighet

Den første dimensjonen om pålitelighet tar utgangspunkt i bedriftens evne til å levere tjenesten feilfritt, til avtalt og korrekt tid (Parasuraman, Zeithaml og Berry 1988, 23).

Påliteligheten gjelder også hvorvidt bedriften viser en oppriktig interesse i å levere i henhold til forventet kvalitet.

2.4.2 Responstid

Responstid innebærer ansattes evne og vilje til å respondere raskt gjennom kundeservice, og gi kunder korrekt informasjon (Parasuraman, Zeithaml og Berry 1988, 23). Responstid er ofte en viktig faktor når det oppstår feil eller mangel rundt en leveranse. Lav responstid kan være nok til at kundens opplevelse av tjenestekvalitet reduseres.

2.4.3 Fysiske fasiliteter

Dette er en dimensjon som tar utgangspunkt i hvordan de fysiske omgivelsene eller fasilitetene oppleves og ser ut (Parasuraman, Zeithaml og Berry 1988, 23). Dette innebærer blant annet valg av lokaler, bruk av utstyr, personalets uniform og kommunikasjonsmidler som vil være nødvendig for at ansatte skal kunne nå ut til sine kunder.

2.4.4 Tillit/sikkerhet

Dimensjonen tillit/sikkerhet (opprinnelig *assurance*) tar utgangspunkt i ansattes kunnskapsnivå på blant annet tjenesten de tilbyr (Parasuraman, Zeithaml og Berry 1988, 23). Denne dimensjonen dreier seg også om ansattes evne til å formidle tillit og trygghet til kunden og vise høflighet og respekt.

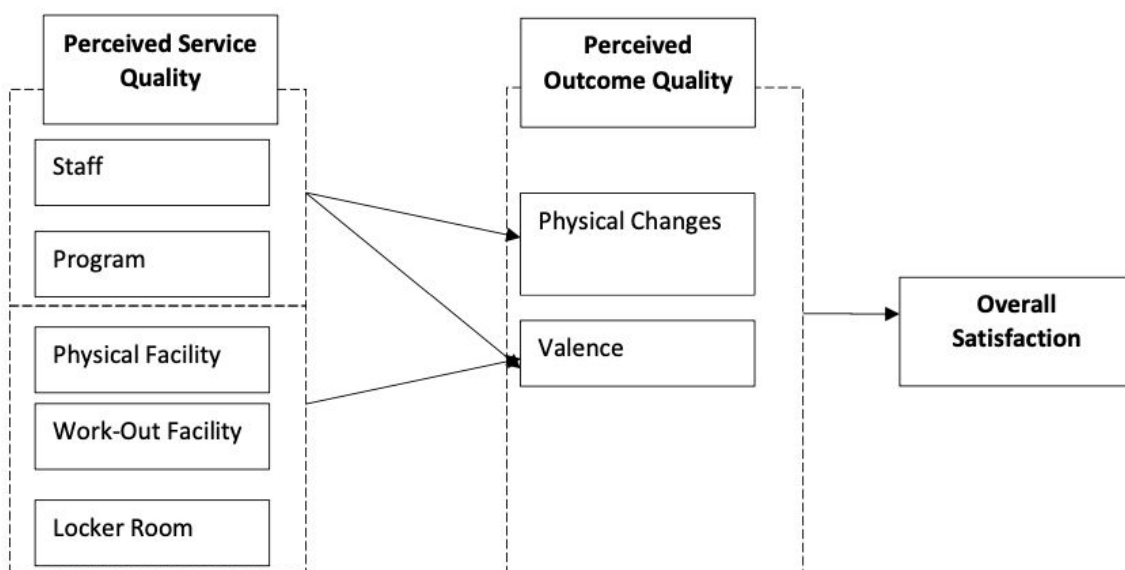
2.4.5 Empati

Empati handler om bedriften og ansattes evne til å gi personlig, en-til-en oppmerksomhet til hver enkelt kunde (Parasuraman, Zeithaml og Berry 1988, 23). Det innebærer også ansattes evne til å sette seg inn i hver enkelt kundes situasjon, og forstå deres underliggende behov.

Ved å gjennomføre en SERVQUAL-undersøkelse kan man avdekke hvilke dimensjoner i tjenesteleveransen som er kritiske for den spesifikke gruppen en tar for seg. Når det er gjort vil det være naturlig å anvende GAP-modellen for å belyse resultatene. Slik kan man skaffe nyttig informasjon om hva bedriften eller de ansatte mangler for å kunne levere på disse dimensjonene, og lukke eventuelle gap (Parasuraman, Zeithaml og Berry 1988, 31).

2.5 The Influence of the Service Quality and Outcome Quality on the Member Overall Satisfaction

Dette litteraturstudiet av Chen Big Kim og Tan Cheng Ling (2017) undersøker i hvilken grad opplevd servicekvalitet vil ha en påvirkning på den totale kundetilfredsheten. I litteraturstudiet setter forfatteren ulike forskningsperspektiver opp mot hverandre, og presenterer bidrag fra Gronroos (1984), Parasuraman Zeithaml og Berry (1988), Rust og Oliver (1994), Howat m.fl. (1999), Lam, Zhang og Jensen (2005) og Ko og Pastore (2007) i en tabell som viser likheter og ulikheter mellom modellene. Dette er et bidrag som er kritisk til at en SERVQUAL undersøkelse vil kunne være anvendbar på enhver tjenestebedrift i enhver bransje. En begrunnelse for dette er blant annet at SERVQUAL ikke inkluderer forbrukerens aktive rolle i serviceleveransen, noe som er tilfellet for enkelte bransjer som treningsbransjen. Studien kommer med forslag til hvordan SERVQUAL kan forbedres for å gjøre den relevant for treningsbransjen. Kim og Ling (2017, 11) foreslår følgende konseptuelle rammeverk for å forklare tjenestekvalitetens inflytelse på kundetilfredshet:



Figur 3: "Proposed conceptual framework" (Kim og Ling 2017, 11).

Felles for alle bidragene er at alle har operasjonalisert begrepet “tjenestekvalitet” i flere dimensjoner. Dimensjonene personell og fysiske fasiliteter er hentet fra SERVQUAL og er felles for alle de ovennevnte bidragene. Ko og Pastores SSQRS (2007) og Lam, Zhang og Jensens SQAS (2005) inkluderer begge dimensjonen program for å måle tjenestekvaliteten. SSQRS inkluderer også en dimensjonen som måler utfallet av treningen (Ko og Pastore 2007). Vi vil gå nærmere inn på disse dimensjonene da vi mener de vil være nødvendig og relevante for å svare på SATS’ tjenestekvalitet.

2.5.1 Personell

Gjennomgående for alle bidragene er at dimensjonen personell tillegges stor vekt. I SERVQUAL undersøkelsen er det lagt stor vekt på personell som en viktig og kritisk dimensjon for opplevd tjenestekvalitet, hvor fire av fem dimensjoner omhandler personell helt eller delvis. Disse er som nevnt pålitelighet, responstid, tillit/sikkerhet og empati (Parasuraman, Zeithaml og Berry 1988, 23). Bidraget fra Rust og Oliver (1994) fokuserer derimot kun på interaksjonen mellom kunde og ansatt. Også Ko og Pastore (2007) trekker frem interaksjon som deres hovedfokus under personell. De beskriver at interaksjonen kan deles opp i to. Den første er som Rust og Oliver (1994) nevner interaksjonen mellom kunde og ansatt. Den andre er hvordan andre kunders meninger om og holdninger til tjenesten vil kunne påvirke hvor tilfreds du er med tjenestekvaliteten. Dette er begrunnet i at man på et treningssenter ofte er i en interaksjon med andre medlemmer (Ko og Pastore 2007, 164). Howat m.fl. (1999) er mer spesifikk i sin operasjonalisering av personell og nevner følgende; ansatte, kunnskap og responstid.

2.5.2 Fysiske fasiliteter

SERVQUAL-undersøkelsen inkluderer dimensjonen fysiske fasiliteter, og nevner herunder utstyr og fremtoning/bekledning til personalet (Parasuraman, Zeithaml og Berry 1988, 23). Lam, Zhang og Jensens (2005) deler derimot inn i fysiske fasiliteter, treningsanlegg og garderobesrom. Howat m.fl. (1999) beskriver fysiske fasiliteter som generelle fasiliteter, og inkluderer også parkering. Ko og Pastore (2007, 165) definerer derimot fysisk miljø som atmosfære, design og utstyr.

2.5.3 Program

I følge Lam, Zhang og Jensen (2005) ble dimensjonen program rangert som den viktigste faktoren for deres studie innen treningsbransjen. Dette blir også nevnt i tidligere forskning av Howat m.fl. (1999). Felles for begge er at de deler inn i program i ulike underdimensjoner, slik som barnepass og variasjon i program (Lam, Chang og Jensen 2005; Howat m.fl. 1999). Ko og Pastore (2007) benytter seg også av program som en dimensjon i sin forskning. Da SATS er en leverandør av et bredt utvalg gruppetimer vil det være relevant å inkludere dimensjonen Program i vår undersøkelse.

2.5.4 Outcome Quality

Gronroos (1984) var den første til å påpeke at Outcome quality ville være en relevant dimensjon å legge til i en SERVQUAL-undersøkelse, etterfulgt av Rust og Oliver (1994) og Ko og Pastore (2007), som også samtykket til dette. Med Outcome quality menes kvaliteten på utfallet av treningen. Gronroos (1984) og Rust og Oliver (1994) beskrev Outcome quality som en teknisk kvalitet. Ko og Pastore (2007) så derimot på Outcome quality som det kunden mottar ved å benytte seg av tjenesten trening, og deler inn i tre underdimensjoner; fysiske endringer, sosiabilitet og valens. Dimensjonen beskrives som relevant fordi sport og fitness bransjen er unik, i den forstand at kunden er aktiv deltakende i produksjon og konsumering av tjenesten (Ko og Pastore, 2007). På bakgrunn av dette ser vi det nødvendig å inkludere spørsmål som måler Outcome quality i utformingen av vår undersøkelse om SATS. Se kapittel 3.4.2 for nærmere beskrivelse av hva som inngår i Outcome quality.

3.0 Metode

3.1 Begrunnelse for valg av kvantitativ metode

Vår problemstilling innebærer at vi ønsker å måle eller utrede noe, nemlig den forventede og opplevde tjenestekvaliteten hos SATS. Vi ønsker også å avklare om opplevd tjenestekvalitet har en påvirkning på frafall, og herunder hvilke dimensjoner som er avgjørende. Dette er en deskriptiv problemstilling som kan besvares ved å samle inn kvantitative data. Slik vil vi kunne tallfeste tilfredsheten eller misnøyen til eksisterende og tidligere kunder, og se etter

fellestrekk blant de som har avsluttet kundeforholdet. Det foreligger en rekke teoretiske studier som tar for seg valgt tema og det er derfor mulig å identifisere relevante variabler til en kvantitativ datainnsamling. Gjennom en kvantitativ datainnsamling kan vi få et mer helhetlig og generaliserbart bilde av hvilke variabler som er avgjørende ved SATS' tjenestekvalitet.

Fordelen med denne strategien er at vi, med utgangspunkt i foreliggende instrumenter, kan utvikle og gjennomføre en survey som jevnlig kan benyttes for å overvåke kvalitetsutviklingen, og eventuelt måle effekten av ulike tiltak for forbedring av kvalitet. Ved å senere benytte denne surveyen på nåværende kunder, vil SATS kunne følge med på utviklingen av tjenestekvaliteten og rette opp feil før kunden avslutter medlemskapet. Målet er at undersøkelsen vil bidra til å beholde flere kunder over tid. En lignende prosess kan benyttes på enhver tjenestebedrift.

3.2 Forskningsdesign

Valg av design er avgjørende for at man skal kunne klare å løse en oppgave, i dette tilfelle en problemstilling. Designet beskriver hvilke type data man trenger samt hvordan dataene skal samles inn og analyseres (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2017, 46). Tre faktorer ligger til grunn for valg av design; erfaring fra saksområdet, kjennskap til foreliggende teoretiske studier og hvorvidt en vil identifisere sammenhenger mellom variabler (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2017, 59). Etter en grundig litteraturgjennomgang, falt valget på deskriptivt design. Deskriptivt design har som formål å "beskrive situasjonen på et spesifikt område". Designet kjennetegnes typisk av strukturerte spørreundersøkelser som gjennomføres med et representativt utvalg samt hypotesetesting (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2017, 50; 53).

Da det foreligger erfaringer og teoretiske studier på temaet, ble et eksplorativt design utelukket allerede i researchfasen. Utgangspunktet for denne beslutningen er litteraturstudiet av Kim og Ling (2017) som tar for seg ulike instrumenter for måling av servicekvalitet ved treningsentre, der SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml og Berry 1988) er den mest anerkjente. Gripsrud, Olsson og Silkoset (2017, 59) sier følgende om bruk av teori:

"Eksisterende teorier kan brukes for å forutsi hvilke forhold som er relevante i forbindelse med et undersøkelsesspørsmål". Av litteraturgjennomgangen kommer det frem at

SERVQUAL er et godt utgangspunkt for vurdering av tjenestebedrifter, men at den har mangler ved anvendelse innenfor fitness- og treningsbransjen. Annen forskning på temaet mener at undersøkelsen ikke er anvendbar på denne type tjenester (Kim og Ling 2017). Vi valgte derfor å trekke ut faktorer fra flere forskningsbidrag for å identifisere relevante variabler til egen undersøkelse, som kan kompensere for de påpekte mangler ved SERVQUAL for den type virksomhet som studeres her.

Vi konkluderte med at både beskrivelse av isolerte variabler og eventuell samvariasjon var nødvendig for å besvare alle forskningsspørsmålene. Kausalt design vil dermed ikke kunne svare på hele problemstillingen.

3.3 Utvalg

3.3.1 Utvalgsstrategi

Populasjonen er medlemmer og tidligere medlemmer av SATS i alderen 20-29 år. Da vi ikke har tilgang til kundedata som vil gi oss en liste over disse elementene, har vi heller ingen utvalgsramme (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2017, 167). Utvalget må derfor bli et ikke-sannsynlighetsutvalg. Dette innebærer at funnene statistisk sett ikke vil være representative for populasjonen, og at sannsynligheten for substansielle skjevheter i utvalget er stor (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2017, 174). Vi har med andre ord ikke informasjon til å bedømme om funnene statistisk sett vil være representative, selv om vi kan ha flaks og få et utvalg som er tilnærmet representativt. Presisjon og konfidensintervall vil det ikke være relevant å si noe om ved bruk av ikke-sannsynlighetsutvalg.

I utgangspunktet ønsket vi å være sikre på at både kvinner og menn ble representert ved å trekke et kvoteutvalg der fordelingen i utvalget er lik fordelingen i populasjonen. Selv om et slikt utvalg ikke gir grunnlag for generalisering (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2017, 176), mener vi det ville gi et bedre inntrykk av populasjonen, da det er mye som tyder på at atferden knyttet til trening varierer med kjønn. Vi måtte innse at et kvoteutvalg ikke var mulig å få til grunnet begrensede ressurser i form av tid og tilgjengelighet. Dette skyldes først og fremst uforutsette endringer i omgivelsene som følge av Covid-19. Vi så oss derfor nødt til

å endre utvalgsstrategien. Som konsekvens av dette ble det benyttet et bekvemmelighetsutvalg. Dette innebærer å velge elementer basert på hva som er enkelt å få tak i (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2017, 174).

3.3.2 Utvalgsstørrelse

Under den pågående krisen var vi nødt til å ta en pragmatisk tilnærming til valg av utvalgsstørrelse. Spredningen av Covid-19 økte kraftig i perioden vi samlet inn data, noe som kompliserte datainnsamlingen ved å gjøre det vanskeligere å komme i kontakt med respondenter utenfor familie og nærmeste sosiale krets. Dette skapte utfordringer med å skaffe et adekvat antall respondenter. Vi så opprinnelig for oss et utvalg på rundt 200 enheter, der mange ville bli skaffet gjennom Høyskolen Kristiania. Målet om 200 enheter ble satt med utgangspunkt i Gripsrud, Olsson og Silkosets (2017, 178) anbefaling om minst 100 observasjoner fra hver hovedgruppe, her opprinnelig kvinner og menn. 200 enheter anses som “vanlig” utvalgsstørrelse ved bekvemmelighetsutvalg generelt (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2017, 177). Vi endte opp med et utvalg på 165 enheter, der 57,7% er kvinner og 42,3% er menn.

3.4 Datainnsamling

3.4.1 Survey

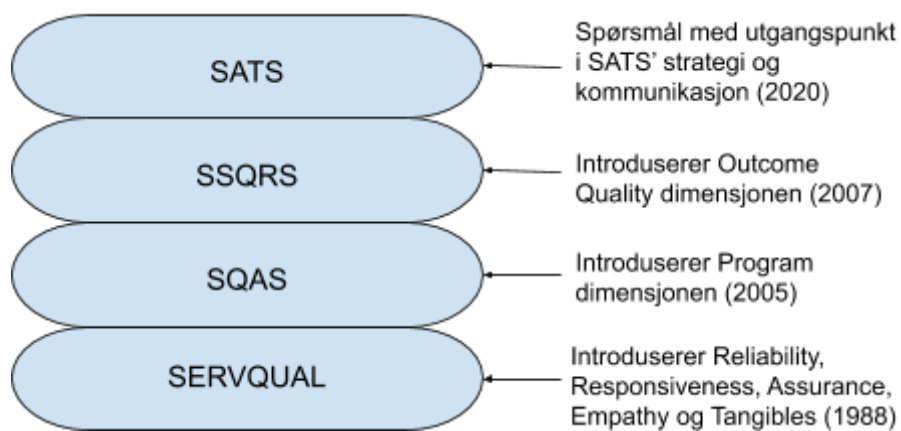
De kvantitative dataene blir samlet inn som primærdata ved å gjennomføre en nettbasert survey i Questback. Hele spørreskjemaet er vedlagt, se vedlegg 8.

3.4.2 Spørsmålsutforming

Gripsrud, Olsson og Silkoset (2017, 129) definerer operasjonalisering som: “..*prosessen med å oversette teoretiske begreper til empiriske mål*”. Med andre ord handler operasjonalisering om å finne ut hvordan vi skal måle de teoretiske begrepene vi benytter. Hva betyr egentlig “tjenestekvalitet”, og hvordan kan vi beskrive dette begrepet slik at respondentene svarer på det vi faktisk ønsker å måle? Dette spørsmålet var utgangspunktet for spørsmålsutformingen.

Først skaffet vi oss en grundig oversikt over operasjonaliseringen av begrepet “tjenestekvalitet” og eksisterende instrumenter for å måle begrepet. Hensikten med dette var å

legge et godt grunnlag for sammenligning og diskusjon. Her begrenset vi oss til de instrumentene som synes å være mest anvendbare på treningsbransjen. Det vi la til grunn for disse valgene var ikke bare målgruppen som ble benyttet i de ulike bidragene, men også de kulturelle forskjellene i henhold til operasjonalisering av dimensjoner. Vi endte opp med å benytte dimensjoner og variabler fra følgende tre eksisterende måleinstrumenter (spørreskjema): SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml og Berry 1988), SQAS (Lam, Zhang og Jensen 2005) og SSQRS (Ko og Pastore 2007). I tillegg utformet vi nye variabler som er spesifikke for SATS, med utgangspunkt i bedriftens strategi og markedskommunikasjon. Denne firedelingen er illustrert i figur 4.



Figur 4: Firedeling av spørsmålsutformingen

Spørsmålsutformingen ble en elimineringsprosess der vi først sorterte variablene i de tre måleinstrumentene (se vedlegg 2 for oversikt). Deretter diskuterte vi de ulike tolkninger av begrepene benyttet i de ulike dimensjonene, samt valg av ord og formuleringer i hvert enkelt spørsmål. Ved valg av variabler til egen undersøkelse vektla vi variablene som gikk igjen. Vi valgte å studere SATS sin markedskommunikasjon for å få et inntrykk av hva de mener er viktig for sine kunder, for dermed å kunne teste i hvilken grad SATS sine teorier om egne kunder stemmer. Dette resulterte i to variabler. Til sist gjorde vi en vurdering av variablenes relevans basert på informasjon om målgruppen og SATS. Spørsmålene ble senere testet på mennesker i målgruppen gjennom en pre-test, hvilket bekreftet hvorvidt spørsmålene oppfattes relevante og enkle å forstå.

I arbeidet med formulering av spørsmål fulgte vi følgende retningslinjer fra Gripsrud, Olsson og Silkoset (2017, 151): 1. bruk enkle og klare ord, 2. unngå ledende spørsmål, 3. unngå

implisitte antagelser, 4. unngå generaliseringer, 5. unngå doble spørsmål. Spørsmålene ble til sist grundig gjennomgått med veileder der vi fikk innspill på formuleringene, og slik forsikret oss om at disse retningslinjene ble fulgt. Vi ble nødt til å inkludere et spørsmål som nok anses som generaliserende. Dette var en endring som følge av at SATS ble nødt til å stenge alle sentre under Covid-19 utbruddet. Vi kunne dermed ikke spørre hvor mange treningsøkter respondenten hadde på SATS sist uke (som ville gitt et mer presist og antageligvis ærlig svar), men heller hvor mange treningsøkter de gjennomsnittlig har i uken på SATS.

Gjennomgående i utformingen av undersøkelsen drøftet vi observasjoner vi selv har gjort på SATS som medlemmer. Denne formen for deltagende observasjon bidro til å styrke det empiriske grunnlaget for valgene vi tok.

Vi valgte å ikke inkludere åpne spørsmål da disse medfører en rekke ulemper; de avhenger av respondentenes evne til å uttrykke seg, oftest får man lav svarprosent på slike spørsmål og respondentene vil ofte legge vekt på ulike ting i sine svar. Dette gjør sammenligninger vanskelig, og ikke minst vil det være ressurskrevende å analysere. Lukkede spørsmål er også en fordel med tanke på respondentenes villighet til å svare, da det gjør det raskere og enklere å bli ferdig med spørreskjemaet (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2017, 150).

3.4.3 Skalabruk

Data ble samlet inn på to ulike målenivåer; bakgrunnsinformasjon ble samlet inn på nominalnivå, mens respondentens forventninger og oppfatninger ble samlet inn på ordinalnivå. Bakgrunnsinformasjonen skal brukes til å gruppere enhetene i kategorier slik som eksempelvis kjønn, noe nominalnivå tillater. Forventninger og holdninger må derimot samles inn på ordinalnivå slik at vi har mulighet til å rangere verdiene til de ulike svarene i dataanalysen (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2017, 137). Videre gjennomføres analyser også på intervallnivå, grunnet bruk av likert-skala. Feilkildene dette medfører er gjort rede for i kapittel 5.2.

Svaralternativene ble presentert i en likert-skala, der respondenten må ta stilling til i hvor stor grad de er enig eller uenig i en rekke utsagn (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2017, 140).

Likert-skalaen er en sammensatt (multi-item) skala der flere spørsmål dekker ulike sider ved den teoretiske variabelen (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2017, 145). Flere utsagn er her med

på å beskrive de ulike dimensjonene som tidligere er definert under begrepet tjenestekvalitet. Skalaen har vist seg å gi høyere reliabilitet enn for eksempel grafiske skalaer (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2017, 149).

Mest vanlig er bruk av fem svaralternativer, noe som muligens fører til en bedre brukeropplevelse for respondenten. Likevel mener vi at det var rett valg å basere seg på skalabruk i eksisterende måleinstrumenter der det benyttes syv svaralternativer (Parasuraman, Zeithaml og Berry 1988, 22). Slik vil vi lettere kunne sammenligne resultatene med resultater som tidligere er samlet inn ved bruk av disse instrumentene. Færre svaralternativer ville ha ført til større avstand mellom alternativene, noe som også ville ha ført til større avvik i analysen. På tross av at det er anbefalt å inkludere et “vet ikke” alternativ (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2017, 148), valgte vi å ikke gjøre dette. Dette fordi alle respondentene har vært medlem i SATS på et eller annet tidspunkt, og vi antar derfor at alle har grunnlag for å svare på spørsmålene. Ved å gjøre enkelte spørsmål synlig kun for respondenter som har benyttet seg av en spesifikk tjeneste på treningssenteret, forsikret vi oss om at vi ikke fikk svar fra noen som hadde en formening om for eksempel gruppetimer uten å ha deltatt på en gruppetime.

3.4.4 Pretest

Før vi ba noen andre ta surveyen, gjennomførte vi først tre tester internt. Hensikten var å finne ut om survey programmet var brukervennlig, og hvordan design av spørsmål og svaralternativer fungerte for respondenten. Vi tok også tiden for å finne ut om undersøkelsen var for omfattende. Disse testene resulterte i at vi kuttet 4 spørsmålspar.

Videre ble det gjennomført seks pretester i tidsperioden 13-17. mars 2020. Også her tok vi tiden, og sørget for å velge testpersoner som ville gjennomføre ulike løp. Testpersonene ble bedt om å komme med sin ærlige tilbakemelding om lengde og omfang, samt å være oppmerksom på skrivefeil og formuleringer. Pre-testen ga oss nyttig informasjon, og resulterte i en viktig endring som gjorde undersøkelsen enklere å forstå for respondentene. Denne endringen var å utheve ordene “forventer” og “opplever” i alle spørsmålsparene for å tydeliggjøre forskjellen på spørsmålene. Det ble også rettet opp i et par skrivefeil.

3.4.4 Gjennomføring

Undersøkelsen ble gjennomført i den nettbaserte feedback-plattformen Questback i form av en survey. Webbaserte og mobiltilpassede løsninger er hensiktsmessig da de er billige, tilgjengelige når det passer for respondenten og gir god mulighet for såkalt routing, tilpasning av spørsmålene underveis (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2017, 157). Surveyen ble publisert og sendt ut 18. mars 2020. Datainnsamlingen ble avsluttet 6. mai 2020 for å sikre nok tid til analyse.

3.5 Dataanalyse

Det er ifølge Gripsrud, Olsson og Silkoset fornuftig å starte med hva som er formålet med analysen (2017, 33). Undersøkelsen vår har til hensikt å måle tjenestekvaliteten og finne konkrete forbedringsområder, som et utgangspunkt for utvikling av virkemidler som kan forebygge frafall. *Problemet* vi tar utgangspunkt i her, er at medlemmer avslutter kundeforholdet. En del av formålet vil dermed være å avdekke tjenestekvaliteten. En annen del av formålet vil være å finne ut hvilke aspekter ved tjenestekvaliteten som kan ha forårsaket frafall. Dette vil tydeliggjøre hvilke alternativer SATS har for å løse problemet. I analysen vil vi avslutningsvis benytte GAP-modellen for å belyse resultatene, og vise hvordan funnene kan brukes videre i bedriften.

3.7 Kvalitetsvurdering

3.7.1 Validitet

God validitet innebærer at en undersøkelse måler det den faktisk har til hensikt å måle, i vårt tilfelle er dette oppfattet tjenestekvalitet. Ved lav validitet vil man få *systematiske feil* da man måler noe annet enn ønsket, selv når resultatene er konsistente (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2017, 61). Resultatene vil da ikke være gyldige og vil kunne føre til feil konklusjoner.

Vurderingen av validitet kan gjøres ved å se på innholdsvaliditet, begrepsvaliditet, overflatevaliditet, statistisk konklusjonsvaliditet og reliabilitet. Også reliabiliteten tas med i denne vurderingen da den ikke ses på som en separat vurdering, men heller en av flere vurderinger som påvirker validiteten. Gripsrud, Olsson og Silkoset (2017, 131) forklarer dette

enkelt; “*..reliabilitet er en nødvendig, men ikke tilstrekkelig betingelse for validitet*”. Vi vil ikke her kunne si noe som statistisk konklusjonsvaliditet, da utvalget ikke oppfyller forutsetningene for statistiske funn, og heller ikke legger grunn for konklusjoner basert på de statistiske analysene. Ved bruk av et ikke-sannsynlighetsutvalg vil det ikke være mulig å si akkurat hvor store de tilfeldige og systematiske feilene er.

Innholdsvaliditet

Innholdsvaliditet vurderer hvorvidt målemetoden som benyttes har klart å dekke hele det teoretiske begrepet som skal måles, med andre ord om spørsmålsutformingen har kartlagt, eller operasjonalisert begrepene korrekt (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2017, 133). Ved å ta utgangspunkt i et litteratursøk der vi gikk gjennom tidligere operasjonaliseringer av begrepet *tjenestekvalitet*, økte vi innholdsvaliditeten betraktelig. Videre gjennomførte vi samtaler i gruppe der vi diskuterte de ulike variablenes relevans og betydning i vårt case for valgt målgruppe. Vi så også på SATS sin markedskommunikasjon, og valgte å inkludere variabler som de synes å anta at kundene er opptatt av ved vurdering av tjenesten. Til sist foretok vi en gjennomgang av spørsmålene med veileder.

Begrepsvaliditet

Begrepsvaliditeten til undersøkelsen er særlig påvirket av to forhold, nemlig at de fleste spørsmålene er hentet fra tidligere forskning, og at vi har valgt å legge til noen spørsmål som er spesifikke for SATS. Operasjonaliseringen av det teoretiske begrepet *tjenestekvalitet* samt ulike dimensjoner er godt dokumentert i tidligere forskning. Her er det også testet hvorvidt det eksisterer en sammenheng mellom det teoretiske begrepet og operasjonaliseringen, og de kan derfor si noe om begrepsvaliditeten (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2017, 133). Variablene som viste seg å ikke ha en god nok sammenheng med *tjenestekvalitet* ble kuttet i utarbeidingen av de ulike instrumentene. Spørsmålene fra foreliggende forskning vil derfor øke graden av begrepsvaliditet. Spørsmålene som er lagt til, vil derimot redusere denne graden da vi ikke har gjennomført noen analyser på dette underveis i arbeidet med spørreskjemaet.

Overflatevaliditet

Dette er den enkleste vurderingen av målene, og sier noe om den subjektive oppfatningen av hva målene ser ut til å måle (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2017, 134). Vi hadde ikke muligheten til å intervju noen forskere eller eksperter innenfor bransjen, men gjennomførte en grundig gjennomgang av spørsmålsettet sammen med veileder. Han ga oss innspill på hvorvidt spørsmålene stemte overens med hans oppfatning av begrepet, og kom med konstruktiv tilbakemelding på ordbruk.

Reliabilitet

Reliabiliteten til en undersøkelse sier hvorvidt resultatene er pålitelige, og at man kan stole på at du vil få samme resultat dersom en gjentar undersøkelsen på samme måte. Dette innebærer minst mulig *tilfeldige feil* (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2017, 61). En god måling med høy reliabilitet er med andre ord konsistent. Det er naturlig å anta at gjennomføringen av pretest økte reliabiliteten. Dette fordi den ga innsikt i hvordan ulike mennesker tolket spørsmålene, og hvor enkle spørsmålene var å forstå. Dette resulterte i endringer med hensikt i å unngå misforståelser og lite konsistente svar. Likevel er tilfeldige feil nærmest uunngåelig ved gjennomføring av en webbasert spørreundersøkelse, da det er flere faktorer som kan påvirke hva respondenten svarer (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2017, 135). Disse faktorene har vi ingen kunnskap om, og vi kan derfor ikke si med sikkerhet at undersøkelsen har høy grad av reliabilitet. Det vi vet sikkert er at et bekvemmelighetsutvalg reduserer reliabiliteten, da det øker sannsynligheten for stor variasjon dersom undersøkelsen gjennomføres på samme måte gjentatte ganger.

3.8 Ethiske hensyn

Vi tar utgangspunkt i forskningsetiske retningslinjer utformet av den nasjonale forskningsetiske komite for samfunnsvitenskap og humaniora (NESH 2016).

Ved gjennomføring av kvantitativ metode vil det være viktig å ta hensyn til at våre respondenter til enhver tid har rett til å forespørre tilgang til egne data, avbryte undersøkelsen eller trekke tilbake samtykke av deltakelsen. Vi vil samtidig fremme at svarene vi ønsker å presentere vil bli anonymisert, slik at deltakere av undersøkelsen ikke kan identifiseres. Dette vil vi informere om før spørreskjemaet sendes ut, og vil være noe

respondentene må samtykke om før de kan gå videre med undersøkelsen. Ettersom personopplysningene vi ønsker å behandle ikke kan identifiseres, vil ikke undersøkelsen være meldepliktig (NSD 2019).

Ettersom vi ønsker å få en personlig tilbakemelding på hva respondentene forventer og opplever av tjenestekvaliteten til SATS, vil det være spesielt viktig å gi uttrykk for at disse opplysningen vil bli skjult for bedriften, og heller ikke bli brukt til fremtidig arbeid for tredjepart. Ved å fremme dette håper vi på at respondentene i større grad viser ærlighet i svarene sine.

4.0 Analyse

4.1 Utvalgsbeskrivelse

Den største andelen av respondentene er nåværende medlem hos SATS. Andelen som har sluttet utgjør til sammen 28,5%. De resterende har aldri vært medlem, og ble “kastet ut” av surveyen etter dette spørsmålet.

Forhold til SATS			
Nåværende medlem	Byttet senter	Sluttet å trene	Aldri vært medlem
66,1%	22,4%	6,1%	5,5%

Vi endte opp med et utvalg på totalt 165 respondenter. Kjønnfordelingen i utvalget er nært kjønnfordelingen i populasjonen, der vi ser at 63,2% er kvinner og 36,8% er menn (TNS Gallup 2020, se vedlegg 1).

Kjønnfordeling	
Menn	Kvinner
42,3%	57,7%

Det var viktig å inkludere et bakgrunnsspørsmål om de ulike tjenestene SATS tilbyr for å få en forståelse av medlemmenes bruk av tjenesten. Vi så som forventet at de aller fleste benyttet seg av egentrening. Prosentene i denne modellen representerer andelen av respondentene som benytter seg av denne spesifikke tjenesten.

Egentrening	Gruppetimer	Build&burn/ Performance/ Hi-Yoga	Personlig trener	Barnepass	App
95,5%	45,5%	6,4%	14,1%	0,6%	33,3%

Videre ønsket vi å vite informantenes lengde på medlemskap da vi antar at dette kan ha en sammenheng med sannsynligheten for å si opp.

Lengde på medlemskap			
Under ett år	1-2 år	2-3 år	3+ år
15,4%	34,6%	16%	34%

Ettersom trening krever at personen selv er delaktige har vi samtidig valgt å stille spørsmål om hvor ofte informantene benytter seg av tjenesten.

Antall treningsøkter pr. uke				
Trener ikke	1-2 økter	3-4 økter	5-6 økter	7+ økter
3,8%	33,3%	43,6%	17,9%	1,3%

4.2 Datarensing

Det er god praksis å rense dataene før vi begynner med analysene (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2016, 195). Dette innebærer å se etter sære verdier, feilkodinger og “missing values”. I vårt tilfelle unngår vi “missing values” grunnet bruk av lukkede og obligatoriske spørsmål, uten “vet ikke” som et alternativ. Spørsmålene som respondentene ikke hadde grunnlag for å svare på, ble de ved bruk av routing ikke eksponert for. Vi sørget også for å gi alle svaralternativene en tallverdi i Questback da vi lagde undersøkelsen, noe som reduserte sjansen for feilkoding. Vi gjennomførte også analyser av frekvensfordelingen på hvert enkelt spørsmål i SPSS. Her så vi etter sære verdier.

Etter grundig gjennomgang kom det frem en tydelig feilkoding. Dette gjaldt spørsmål 26 som omhandler trening med PT, der svaralternativene inneholdt to skrivefeil. Det som skulle vært “Svært enig” ble ved en feiltakelse “svært uenig”, og det samme gjaldt “litt enig” og “litt uenig”. For å forsikre oss om at dette spørsmålet kunne kuttes uten å gå glipp av store funn,

regnet vi ut gapet og så at dette uansett ikke ville være et stort gap. Vi kuttet dermed spørsmålet fra undersøkelsen.

4.3 Normalfordeling

For å få oversikt over datasettet eksporterte vi først resultatene til Excel for å se frekvensfordelingen på alle spørsmålene i spørreundersøkelsen. Her så vi gjennom hvert spørsmål, med tilhørende stolpediagram, for å se om det så ut til å være noen tydelige anomaliteter i normalfordelingen. Videre undersøkte vi normalfordelingen ytterligere ved å gjennomføre en frekvensanalyse på alle enkeltspørsmål i datasettet i SPSS. Vi så på skewness, som beskriver skjevheten i svarene, og kurtosis, som sier noe om spissheten i svarene. Dette gir en indikasjon på hvorvidt det eksisterer ekstreme verdier i distribusjonen av svarene. Her skal verdien ligge innenfor -2 og 2 for at variabelen skal være normalfordelt (Field 2013, 181).

Overordnet ser vi at de fleste variablene ligger innenfor normalfordeling, men vi får et større utslag på variabler knyttet til forventninger ved å se på verdiene under kurtosis. Når det gjelder forventninger ser vi at disse generelt er høye, og at vi i mange tilfeller ser at respondentene kun svarer et sted mellom 5 og 7. Ettersom dette er en gjennomgående trend, og noe som kan forklares, har vi dermed valgt å i utgangspunktet ikke ekskludere data basert på kurtosis. Spørsmål 42 «*Jeg forventer at SATS sine lokaler er rene og godt vedlikeholdt*» er et eksempel på dette, med en kurtosis på 6,7. Her ser vi av frekvensfordelingen at dette skyldes relativt høye forventninger til spørsmålet, og svært høye forventninger hos de aller fleste. Dette kommer ikke som noe stor overraskelse da spørsmålet omhandler renhold.

Høyest kurtosis i datasettet er på 13,926 og omhandler spørsmålet «*Jeg forventer at SATS gir meg korrekt informasjon om tjenestene de tilbyr (gruppetimer, åpningstider m.m)*» (Q38). For å undersøke scoren så vi gjennom alle observasjonene av denne variabelen. Vi la spesielt merke til respondent nummer 30. Respondenten skilte seg ut fra absolutt alle andre, og det kan virke som at vedkommende misforstod forskjellen mellom forventning og opplevelse i starten av undersøkelsen. På de første spørsmålene ble det kun besvart med tallverdi 1, noe som på et punkt endret seg ved at scoren gikk opp til 5-6 på forventninger og 1 på opplevelse.

Basert på observasjonen som er gjort her har vi dermed valgt å ekskludere respondenten fra videre undersøkelse.

4.4 Faktoranalyse

Faktoranalysen viser korrelasjonen mellom en variabel og en faktor, og forteller oss dermed hvorvidt spørsmålene vi på forhånd mener hører sammen, faktisk gjør det (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2016, 387). Faktorladningen til hver variabel i de ulike faktorene forteller oss om variabelen hører til i denne faktoren. Dette er et tall mellom -1 og 1, som beskriver korrelasjonen. Her er det med andre ord validiteten vi ønsker å sikre. Det er normalt å sette kravet for en statistisk signifikant faktorladning på minimum 0,30 (Dillon og Goldstein 1989 i Gripsrud, Olsson og Silkoset 2016, 388). Dersom en variabel ikke oppfyller dette kravet, bør vi forsøke å fjerne dette, for så å gjennomføre analysen igjen. Dette arbeidet er med på å øke undersøkelsens validitet. Målet med analysen er å teste om grupperingen av variablene i de fire dimensjonene kan forsvares. Faktoranalyse er i utgangspunktet en “datareducerende” metode (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2016, 379), da den gir oss et sett med dimensjoner som vi kan benytte videre i analyser, fremfor å gjennomføre analyser på alle de opprinnelige variablene. Vi vil her gjøre begge deler for å kunne svare på de tre forskningsspørsmålene. Boken skiller mellom faktoranalyse og prinsippal komponentanalyse (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2016, 380), der vi har valgt førstnevnte.

Vi gjennomførte først en *konvergent faktoranalyse* av de fire tiltenkte dimensjonene; Interaksjon, Fasiliteter, Program og Outcome Quality. Her fulgte vi instruksjonsvideoene som er tilgjengelig fra biblioteket (Høgskolen Kristiania). Alle faktorene viste resultater med faktorladninger som utelukkende fyller kravet på 0,3 eller høyere (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2016, 388). Program, outcome quality og fasiliteter resulterte i en Factor Matrix med én faktor, Interaksjon derimot resulterte i to faktorer. Dette viste seg å skyldes flere utslag med faktorladning høyere enn 0,3 på den andre faktoren. Det høyeste utslaget så vi på Q10, “*Jeg OPPLEVER at SATS gir meg korrekt informasjon om tjenestene de tilbyr*”. Når en variabel slår ut på flere faktorer, er det praksis å plassere variabelen i faktoren der vi ser den høyeste faktorladningen.

Vi forsøkte derfor å dele opp dimensjonen “Interaksjon” i flere faktorer, slik som opprinnelig er gjort i SERVQUAL. For å finne naturlige kombinasjoner av variablene, sorterte vi de etter dimensjonene i SERVQUAL. Deretter forsøkte vi å gruppere variablene fra to av dimensjonene som helt konkret omhandler de ansatte på treningssenteret, og kjørte disse sammen i en ny faktoranalyse. Her fikk vi endelig et tilfredsstillende resultat, og vi forsøkte derfor å kjøre en faktoranalyse på de resterende tre variablene, som omhandler ansatte som ikke er i direkte kontakt med kunden på treningssenteret. Dette ga oss enda en faktor med tydelig korrelasjon mellom enkeltvariablene og dimensjonen totalt sett. De tre spørsmålene under denne andre faktoren ber respondenten ta stilling til hvorvidt “SATS” leverer på attributtene, mens variablene under den første ber respondenten ta stilling til hvorvidt “de ansatte ved SATS” leverer på attributtene. Vi ser i retrospekt at det er svært naturlig å skille disse spørsmålene. Kanskje er SERVQUALs fire dimensjoner som omhandler ansatte ikke nødvendig i alle omfattende spørreundersøkelser, men våre resultater tyder på at mer enn en dimensjon kan være hensiktsmessig.

Vi kom frem til følgende fem dimensjoner: Front-stage ansatte, Back-stage ansatte, Fysiske fasiliteter, Program og Outcome quality. De første to begrepene er hentet fra service litteraturen der de benyttes for å beskrive forskjellen på ansatte som er synlige og usynlige for kunden (Zeithaml, Bitner og Gremler 2009, 266). Eksempler på Front-stage ansatte er resepsjonist, gruppetime instruktør og PT, mens eksempler på Back-stage ansatte er kundeservice, ledelse og kommunikasjonsavdeling.

4.4.1 Oppdaterte dimensjoner (faktorer)

Back-stage ansatte
Q9. Når jeg har et problem, OPPLEVER jeg at SATS viser en oppriktig interesse i å løse problemet
Q11. Jeg OPPLEVER at SATS gir meg korrekt informasjon om tjenestene de tilbyr (gruppetimer, åpningstider m.m)
Q13. Jeg OPPLEVER at SATS gir meg rask kundeservice
Front-stage ansatte
Q15. Jeg OPPLEVER at ansatte ved SATS alltid er villig til å hjelpe meg
Q17. Jeg OPPLEVER at ansatte ved SATS alltid har tid til å hjelpe meg
Q19. Jeg OPPLEVER at de ansatte ved SATS er vennlig og får meg til å føle meg trygg
Q21. Jeg OPPLEVER at de ansatte ved SATS gir meg personlig (en til en) oppmerksomhet
Q23. Jeg OPPLEVER at ansatte ved SATS har god kompetanse til å svare på mine spørsmål
Q29. Jeg OPPLEVER at SATS har dyktige og engasjerende gruppeinstruktører
Fasiliteter
Q39. Jeg OPPLEVER at SATS har lokaler i nærheten av meg
Q41. Jeg OPPLEVER en behagelig temperatur og belysning i SATS sine lokaler
Q43. Jeg OPPLEVER at SATS sine lokaler er rene og godt vedlikeholdt
Q45. Jeg OPPLEVER at SATS har oppdatert utstyr av høy kvalitet
Q47. Jeg OPPLEVER at SATS tilbyr et bredt og tilfredsstillende utvalg av utstyr
Q49. Jeg OPPLEVER at SATS sine apparater er ledig når jeg ønsker å ta de i bruk
Program
Q25. Jeg OPPLEVER at SATS har åpningstider som er passende for meg
Q31. Jeg OPPLEVER at SATS tilbyr et bredt utvalg gruppetimer
Q33. Jeg OPPLEVER at SATS tilbyr gruppetimer som er attraktive for meg
Q35. Jeg OPPLEVER at SATS tilbyr gruppetimer på tidspunkter som passer meg
Q37. Under gruppetimene hos SATS OPPLEVER jeg tilstrekkelig plass rundt meg slik at jeg får en god treningsopplevelse
Outcome quality
Q51. Jeg OPPLEVER at min fysiske form blir forbedret etter treningen hos SATS
Q53. Jeg OPPLEVER at SATS gir meg mulighet til å være sosial på trening
Q55. Jeg OPPLEVER at SATS stimulerer meg til motivasjon og egeninnsats
Q57. Jeg OPPLEVER en positiv mental effekt (psyke, humør, konsentrasjon, overskudd m.m) av trening på SATS

4.5 Måling av reliabilitet

Når det kommer til måling av operasjonaliseringens reliabilitet skiller vi i kvantitativ analyse mellom to alternativer; stabilitet over tid og intern konsistens. Vi må benytte sistnevnte da vi ikke har anledning til å gjenta spørreundersøkelsen i løpet av tidsperioden. Den egner seg imidlertid godt da det gjerne er denne teknikken man bruker når man måler holdninger (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2016, 211). Det vi undersøker her er den interne konsistensen i variablene våre, som vi ved hjelp av faktoranalysen har gruppert i flere dimensjoner. Da disse spørsmålene skal måle ulike nyanser av det det samme begrepet, bør vi også se en intern konsistens mellom disse. Det finnes ulike teknikker for å måle intern konsistens. Vi vil følge Gripsrud, Olsson og Silkosets anbefaling (2016, 213), og benytte Cronbachs Alfa. Analysen resulterer i en reliabilitetskoeffisient (α), som regnes som reliabel der den er større enn 0,7,

men ikke for nærme 1 (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2016, 215). Her valgte vi alle variablene som skal beskrive samme begrep (dimensjon/faktor), og kjørte en reliabilitetsanalyse på hver enkelt dimensjon. Analysene resulterte i tilfredsstillende resultat, der vi så at alle dimensjonene kan regnes som reliable da de var over 0,7 (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2016, 215). α lå mellom 0,7 og 0,9 i alle tilfellene, noe som tyder på at spørsmålene ikke er særlig like hverandre. Dette ser man gjerne når man har evnet å fange opp hele begrepet med variablene, men dette er ikke noe vi kan si sikkert.

4.6 Funn

4.6.1 Forskningsspørsmål 1

Hvor eksisterer de største GAP-ene i SATS' tjenestekvalitet sett fra kundeståsted, målt som forskjellen mellom forventet og opplevd tjenestekvalitet?

For å besvare forskningsspørsmål 1 valgte vi å gjøre en paired sample t-test. Dette er en t-test bestående av to avhengige stikkprøver, hvor hensikten er å finne forskjeller mellom to grupper (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2018, 258). I vårt tilfelle er målet å finne signifikant forskjeller mellom forventet og opplevd tjenestekvalitet, og de avhengige stikkprøvene blir dermed enkeltvariablene knyttet til "forventninger" og variablene knyttet til "opplevelser". Vi har en nullhypotese som tilsier at det ikke vil være noen forskjell i gjennomsnittet mellom forventninger og opplevelse i henhold til SATS sin tjenestekvalitet. Den alternative hypotesen vil derimot være at det eksisterer en forskjell i gjennomsnittet mellom forventninger og opplevelser. Dette kan illustreres ved hjelp av følgende formel: $H_0: \mu_1 = \mu_2$ $H_1: \mu_1 \neq \mu_2$. For å kunne svare på om det eksisterer en forskjell må vi først se på frihetsgradene (df) for å deretter finne den kritiske t verdien som hentes ut av tabell 3B under t-fordeling (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2018, 416). Deretter sammenligner vi den kritiske t verdien opp mot testverdien. Viser det seg at testverdien (t) er høyere enn kritiske t verdien kan vi akseptere med 95% sannsynlighet at vi kan forkaste nullhypotesen, og slå fast ved at det finnes en forskjell.

Variablene med størst gap

For å finne ut av hvilke variabler som inneholder størst gap, regnet vi først ut gjennomsnittet av alle respondentenes forventninger og gjennomsnittet av alle respondentenes opplevelser for alle variablene i undersøkelsen. Deretter sammenlignet vi gjennomsnittet av disse spørsmålsparene opp mot hverandre. Her fant vi ut at variablene med høyest gjennomsnittlig forskjell og derav størst gap var følgende (se vedlegg 2 for fullstendig liste):

- **Q36/Q37** “*Under gruppetimene hos SATS FORVENTER/OPPLEVER jeg tilstrekkelig plass rundt meg slik at jeg får en god treningsopplevelse*” (Mean 1,757)
- **Q42/Q43** “*Jeg FORVENTER/OPPLEVER at SATS sine lokaler er rene og godt vedlikeholdt*” (Mean 1,186)
- **Q44/Q45** “*Jeg FORVENTER/OPPLEVER at SATS har oppdatert utstyr av høy kvalitet*” (Mean 1,122)
- **Q40/Q41** “*Jeg FORVENTER/OPPLEVER en behagelig temperatur og belysning i SATS sine lokaler*” (Mean 1,058)
- **Q48/Q49** “*Jeg FORVENTER/OPPLEVER at SATS sine apparater er ledige når jeg ønsker å ta de i bruk*” (Mean 0,987)

Ettersom gjennomsnittet av disse variablene er over 1 forteller dette oss at forventninger er en hel enhet større enn hva de opplever. Ut ifra en syvpunktskala vil dette bety at respondentene har svart for eksempel svært enig (7) på forventning og enig (6) på opplevelse. Samtidig som vi har sjekket variablenes gjennomsnitt (mean) har vi også undersøkt om de er signifikante. I dette tilfellet er alle variablene ovenfor signifikante, ved at testverdien er høyere enn kritisk t verdi. Dette er nyttig informasjon for SATS i henhold til forbedringspotensiale. Se vedlegg 6 for fullstendig oversikt.

Gap i dimensjonene

Vi ønsket også å undersøke hvorvidt det eksisterer gap mellom forventning og opplevelser i de fem dimensjonene (Back-stage ansatte, Front-stage ansatte, Program, Fysiske fasiliteter og Outcome quality). For å gjøre dette måtte vi opprette variabler som representerer hver dimensjon. Videre kjørte vi en paired sample t-test for å sammenligne gjennomsnittlig forventning og opplevelse. Dette gir oss gjennomsnittlig gap for hver dimensjon.

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	Forventninger_BSA - Opplevelser_BSA	,78205	1,09325	,08753	,60915	,95496	8,935	155	,000
Pair 2	Forventninger_FSA - Opplevelser_FSA	,57042	1,04565	,12410	,32292	,81792	4,597	70	,000
Pair 3	Forventninger_F - Opplevelser_F	,84081	,93505	,07486	,69293	,98870	11,231	155	,000
Pair 4	Forventninger_P - Opplevelser_P	,73623	1,12694	,13567	,46551	1,00695	5,427	68	,000
Pair 5	Forventninger_O - Opplevelser_O	-,15705	,97890	,07837	-,31187	-,00223	-2,004	155	,047

Forkortelser: BSA = Back-stage ansatte, FSA = Front-stage ansatte, F = Fysiske fasiliteter, P = Program, O = Outcome quality

Fysiske fasiliteter var dimensjonen med høyest gjennomsnittlig forskjell og dermed høyest gap (0,84081). Dette etterfulgt av dimensjonen Back-stage ansatte (0,78205), Program (0,73623), Front-stage ansatte (0,57042). Felles for disse dimensjonene er at de er positivt ladet. I dette tilfellet vil en positiv ladning si at forventningene er høyere enn den opplevde tjenestekvaliteten hos respondentene. Dette representerer et gap med forbedringspotensiale. Dimensjonen Outcome quality er eneste dimensjonen med en negativ ladning, noe som indikerer at SATS' tjenestelevering innenfor denne dimensjonen overstiger kundenes forventninger.

Av analysen ser vi at alle t-verdiene er over kritisk verdi. Videre ser vi at alle funnene i tabellen er signifikante og under 0,05 (sig 2-tailed). Basert på dette kan vi akseptere med 95% sannsynlighet at vi kan forkaste nullhypotesen, og slå fast ved at det finnes en forskjell mellom forventninger og opplevelse i alle dimensjonene. De signifikante forskjellene indikerer forbedringspotensiale innenfor fire av fem dimensjoner.

4.6.2 Forskningsspørsmål 2

Hvilke dimensjoner og variabler er mest avgjørende for customer retainment hos SATS?

Vi oppdaget raskt at det var mange mulige måter å svare på dette forskningsspørsmålet. Vi kan teste hver enkelt variabel og dimensjon i sammenheng med frafall, eller vi kan teste akkumulert diskrepans i sammenheng med frafall på individnivå. For å belyse problemstillingen forsøker vi her å gjøre begge deler. Det å redusere churn kan også ses på

fra to perspektiver; vi kan fokusere på hvilke variabler som påvirker medlemmer til å slutte, eller vi kan fokusere på variablene som påvirker medlemmer til å bli. En logistisk binominal regresjon gjør det mulig for oss å belyse spørsmålet fra begge disse perspektivene. Logistisk regresjon gjør det mulig å predikere om dimensjoner eller enkeltvariabler kan bidra til å forutsi frafall. Det er naturlig å anta at variablene med størst gap (avvik) vil ha en betydning, men dette kan vi ikke vite sikkert uten å teste variablene ved bruk av regresjon.

Regresjonsanalyse er en statistisk metode som anvendes for å studere sammenhengen mellom en eller flere uavhengige variabler (x) og en avhengig kontinuerlig variabel (y) (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2016, 296). Resultatet forklarer hvorvidt endringer i de uavhengige variablene forklarer endring i den avhengige variabelen. Vi skiller mellom to former for regresjonsanalyse hvorav den mest anvendte er lineær regresjon. Etersom vår avhengige variabel er kategorisk (nåværende medlem/ikke nåværende medlem), vil ikke lineær regresjon være en mulighet. Logistisk regresjon er det andre alternativet. Dette brukes når vi har en kategorisk avhengig variabel, der kategoriene ikke overlapper hverandre (Starkweather & Moske 2011). Det er med andre ord ikke mulig for respondenten å tilhøre mer enn en av utfallskategoriene - enten er den fortsatt medlem, eller så har den sluttet. Da vi har to mulige utfall, benytter vi oss av binær (binominal) regresjon som forutsier gruppedlemskap. Her vil vi teste utfallsvariabelen opp mot de uavhengige variablene knyttet til SATS sin tjenestekvalitet.

Underveis i analysearbeidet oppdaget vi teoretiske og metodiske grunner til å splitte utvalget i to. De metodiske utfordringene kom til syne i SPSS. Regresjonsanalysen fungerer slik at den kun inkluderer respondenter som har observasjoner på alle variablene. For oss betyr dette at alle respondentene som ikke har vært på gruppetimer, og dermed ikke har besvart spørsmål om dette, ble ekskludert fra alle multivariate analyser. Dette ga oss to grupper med ulik størrelse (N) der deltagerne på gruppetimer utgjorde N 70, og medlemmer som ikke deltar på gruppetimer utgjorde N 95. Det var uansett naturlig å skille ut deltakerne på gruppetimer i individuelle regresjonsanalyser da disse benytter en nærmest helt forskjellig tjeneste enn andre medlemmer. Resultatene illustrerer dette, og viser at for eksempel de fysiske fasilitetene er viktigere for de som benytter seg eksklusivt av fellesarealene, enn for de som benytter seg av gruppetimer. Ved å skille utvalget på denne måten unngår vi *missing cases*,

noe som ville ført til at vi kun hadde fått resultater fra de som hadde deltatt på gruppetimer. Alle analysene er lagt ved i vedlegg 7.

Ingen dimensjoner med signifikant påvirkning på frafall

For å undersøke hvorvidt *opplevd* tjenestekvalitet i de ulike dimensjonene har en påvirkning på frafall, gjennomførte vi først en univariat regresjonsanalyse av dimensjonene. Analysene resulterte i signifikant påvirkning på utfallsvariabelen i kun to dimensjoner; Back-stage ansatte (med β på $-.396$ og $\text{Exp}(\beta)$ på 0.673) og Outcome quality (med β på $-.458$ og $\text{Exp}(\beta)$ på 0.633). Begge modellene var ifølge “Omnibus Tests of Model Coefficients” og “Hosmer and Lemeshow Test” signifikante i seg selv, noe som tilsier at vi kan forvente å få samme resultat i populasjonen. Modellene klarte likevel ikke å predikere godt hvilke respondenter som sluttet, og viste dermed dårlig forklaringskraft. Begge modellene var bedre på å predikere respondentene som forble medlemmer, men det er viktig å påpeke at dette er en større del av gruppen, og at det dermed er større sannsynlighet for at respondenten faller i denne utfallsgruppen. Begge dimensjonene resulterte i en negativ beta (β), hvilket tilsier at en økning i den uavhengige variabelen (Back-stage ansatte og Outcome quality) fører til redusert sannsynlighet for frafall. Vi kan likevel ikke stole på denne modellen grunnet dårlig prediksjonsevne på frafall (kun 6,4% og 8,5% korrekt).

Videre testet vi alle dimensjonene i en multivariat regresjon. Dette resulterer i en analyse som inkluderer kun de som går på gruppetimer, og som derfor ikke representerer populasjonen. De ulike målene på signifikans er ikke enstemte, og vi kan derfor ikke si med fullstendig sikkerhet at modellen er signifikant. Modellen klarte kun å predikere halvparten av frafallene, noe som ikke er godt nok. Gjennomgående i analysene ser vi at dette ofte er tilfellet, og at vi derfor får mange *falske negative* (respondenter som egentlig har sluttet, men som blir predikert å være nåværende medlem). Vi ser også at modellen indikerer at en økning ved dimensjonen Program vil føre til økt sannsynlighet for frafall, mens en økning ved Outcome quality vil føre til redusert sannsynlighet for frafall. Den positive sammenhengen mellom Program og frafall er høyst ulogisk, og resultatene tyder derfor på at vi ikke kan stole på modellens signifikans og forklaringskraft.

For å kunne si noe om hvilke dimensjoner som er viktige for de som ikke deltar på gruppetimer, skilte vi ut de tre dimensjonene som utelukkende inneholder spørsmål som alle respondentene hadde svart på. Igjen var de ulike målene på signifikans er ikke enstemte, og modellen klarte kun å predikere 15% av frafall. Modellen resulterte likevel i to signifikante variabler; Fysiske fasiliteter og Outcome quality. En negativ beta (β) på $-.458$ og $\text{Exp}(\beta)$ $.633$ på Outcome Quality indikerer at en økning i denne variabelen reduserer sannsynligheten for frafall. Fysiske fasiliteter resulterte derimot i en positiv beta (β) på $.619$ og $\text{Exp}(\beta)$ på 1.857 . En $\text{Exp}(\beta)$, kalt oddsratio, over 1 indikerer en høyere sannsynlighet for frafall, mens en oddsratio under 1 indikerer en redusert sannsynlighet for frafall. Igjen får vi et kontraintuitivt funn som indikerer positiv sammenheng mellom en av dimensjonene og frafall. Dette kan skyldes problemer i datasettet grunnet bekvemmelighetsutvalg, herunder skjevheter i utvalget og ulik størrelse på utfallskategoriene (nåværende og eksisterende medlemmer) samt modellens dårlige prediksjonsevne og usikre signifikans. Resultatene er ikke klare nok til å underbygge en konklusjon, og vi må derfor konkludere med at ingen dimensjon av opplevd tjenestekvalitet alene kan predikere frafall i populasjonen.

Geografisk nærhet avgjørende for customer retainment

For å finne ut hvilke variabler ved tjenestekvaliteten som var avgjørende for frafall sett bort ifra gruppetimer, ekskluderte vi spørsmålene om gruppetimer. Vi valgte å inkludere observasjonene fra alle respondentene i analysene da vi kun har 165 respondenter totalt sett, og vi vet at et større utvalg (N) legger bedre forutsetninger for en signifikant predikerende modell. Vi mener også at deltakerne på gruppetimer har like gode forutsetninger for å svare på de obligatoriske spørsmålene, og derfor bør inkluderes også her.

Vi testet alle spørsmål som de 165 respondentene svare på. Denne analysen resulterte i en høyst signifikant modell som viste god forklaringskraft når det gjelder å predikere nåværende medlemmer (92,7%), men mindre god evne til å predikere de som har sluttet (51,1%).

Analysen ga oss følgende signifikant variabel blant de obligatoriske spørsmålene:

- **Q39** “ *Jeg OPPLEVER at SATS har lokaler i nærheten av meg*” med beta (β) $-.725$ og $\text{Exp}(\beta)$ $.484$.

Modellens evne til å predikere frafall er så svak at vi like gjerne kan slå mynt og kron for å plassere respondenten. Vi ser også her at modellen gir oss et kontraintuitivt funn som indikerer en positiv sammenheng mellom en av predikatorene og frafall. Slike funn kan som nevnt tidligere forklares ved svakheter ved utvalget og modellens begrensede predikerende evne. Den negative β på spørsmålet om lokasjon indikerer redusert sannsynlighet for frafall ved en økning i denne variabelen. Dette kan forklares ved at lokasjon kan være en avgjørende faktor ved innmelding, og noe som er så viktig for respondenten at det ikke er et alternativ å velge en kjede som ikke har lokaler i nærheten. Hvorvidt respondenten opplever misnøye når det kommer til “lokaler i nærheten” vil dermed ikke bli aktuelt før respondenten eventuelt flytter. Det at SATS er markedsleder og har sentre over hele landet fører nok også til at mange medlemmer opplever å finne et SATS senter også der de flytter. Resultatene indikerer altså at geografisk nærhet bidrar til å skaffe og beholde kunder, heller enn at det påvirker til at de slutter.

Det er også her naturlig å se på begrensningen en enkeltvariabel har til å forklare utfallet. Med tanke på frafall kan man se på dette i form av push- og pull. Negative faktorer fører til push - en økt tilbøyelighet til frafall pga misnøye, mens pull handler om alternativene kunder har når de velger senter. Hvis SATS for eksempel er eneste treningssenter i passende avstand, skal det trolig veldig stor misnøye til for at vedkommende slutter. Hvis det derimot finnes et alternativ innen 1-2 km avstand, kan en misnøye utløse frafall fordi det finnes et fristende alternativ. I tillegg er det naturlig å tenke at frafall av kunder som slutter etter et lengre kundeforhold trolig er knyttet til flere forhold, for eksempel flytting. I retrospekt ser vi at vi kanskje burde stilt spørsmål om det finnes gode alternativer til SATS i nær geografisk avstand. Man kan videre undersøke en tostegshypotese der personer med stort behov for treningssentertjenester bare vil utvise frafall dersom følgende to vilkår er oppfylt: 1. betydelig misnøye, og 2. det finnes et adekvat alternativ i en geografisk nærhet.

Instruktør avgjørende for customer retainment i gruppetimer

Da vi videre testet alle variabler i en multivariat regresjon, gjorde vi dette fullt vitende om at analysen kun ville gi oss svar på hvilke variabler som har en påvirkning på frafall hos deltakere på gruppetimer. Modellen viste god forklaringskraft både når det gjelder å predikere

nåværende medlemmer (96%) og de som har sluttet (77,8%). Modellen ga oss én signifikant variabel:

- Q29 “*Jeg OPPLEVER at SATS har dyktige og engasjerende gruppeinstruktører*” med en beta (β) på -4.576 og $\text{Exp}(\beta)$ på .000.

Denne variabelen synes dermed å være viktigst for å hindre at de som deltar på gruppetimer slutter. Da β er negativ, innebærer dette at høyere observert opplevd tjenestekvalitet på denne variabelen fører til redusert sannsynlighet for frafall. Når vi her ser en $\text{Exp}(\beta)$ på .000 betyr dette at en økning i variabelen sannsynligvis vil redusere frafall betraktelig. Vi forventet å se at gruppeinstruktøren var viktig for å forhindre frafall, men vi er likevel overrasket over at ingen andre variabler viste seg å være signifikante. Dette kan skyldes at det finnes andre årsaker til frafall som ikke er inkludert i spørreundersøkelsen. Det er naturlig å anta at eksempelvis pris vil ha en påvirkning på kundenes forventninger, og dermed frafall. Det kan tenkes at vi ville fått flere signifikante variabler dersom vi hadde inkludert pris eller andre komponenter av kundetilfredshet (se figur 1 kap 2.2) i spørreundersøkelsen.

Utover den signifikante Q29 la vi særlig merke til to variabler som var svært nært signifikante. Q39 “*Jeg OPPLEVER at SATS har lokaler i nærheten av meg*”, som tidligere analyser indikerer har en påvirkning for medlemmer generelt, er nær signifikant (.053) med en β på -2.931 og $\text{Exp}(\beta)$ på .001. Vi kan ikke med en konfidensgrad på 95% si at vi kan stole på dette resultatet, men vi vil likevel trekke frem at utslaget tyder på at lokasjon er viktig også for de som benytter seg av gruppetimer. Den andre nært signifikante variabelen Q57, “*Jeg OPPLEVER en positiv mental effekt (psyke, humør, konsentrasjon, overskudd m.m.) av treningen på SATS*”, hadde en negativ β på -.693 som indikerer at en økning av variabelen kan redusere frafall.

Akkumulert diskrepans har ingen signifikant påvirkning på frafall

Også ved testing av akkumulert diskrepans (eller gap, som SERVQUAL kaller det) måtte vi skille utvalget for å unngå missing cases. Dette ga oss muligheten til å undersøke de forskjellige aspektene ved tjenesteleveransen i de to gruppene. Her forventet vi å se en sammenheng mellom overordnet misnøye og frafall på individnivå, og vi ble derfor overrasket da analysene ikke resulterte i noen signifikante modeller eller variabler. Vi fant heller ingen signifikante når vi testet akkumulert opplevd tjenestekvalitet opp mot frafall.

Dette kan forklares ved at en positiv observasjon veier opp for en negativ observasjon, noe som kan resultere i at akkumulert gap for hver respondent ikke nødvendigvis reflekterer respondentens grad av misnøye. En respondent kan være ekstremt misfornøyd med eksempelvis gruppeinstruktør, og likevel ende opp med et akkumulert gap nær 0 dersom de opplever at SATS har levert over forventning på alle andre aspekter. Dersom gruppeinstruktøren er viktig, noe våre resultater indikerer, er det godt mulig at respondentene velger å avslutte medlemskapet selv om vedkommende er overordnet fornøyd.

App, lengde på medlemskap og hyppighet viser påvirkning på frafall

Da våre planlagte analyser ga oss et mindre tilfredsstillende resultat enn ønskelig, gjennomførte vi avslutningsvis noen analyser for å se om bakgrunnsvariablene kunne ha en påvirkning på frafall. Av en krysstabell kom det frem at en mindre andel av de som benytter seg av SATS sin app har falt fra, sammenlignet med andelen som benytter seg av andre tjenester (egentrening, gruppetimer osv). Av de som har benyttet seg av appen er det kun 11,7% som har falt fra, mens av de som ikke har benyttet seg av appen har 38,4% falt fra. Dette indikerer at bruk av SATS sin app reduserer sannsynligheten for frafall. For å teste denne sammenhengen, samt eventuell sammenheng mellom andre bakgrunnsvariabler og frafall, gjennomførte vi en regresjonsanalyse med alle bakgrunnsvariablene. Analysen ga oss en signifikant modell med følgende signifikante variabler: *“Hvor lenge har du vært medlem/var du medlem hos SATS?”*, *“Hvilke tjenester benytter du deg av hos SATS? Huk av alle du bruker: App”* og *“Hvor mange treningsøkter har du vanligvis per uke hos SATS?”*. Lengde på medlemskap synes å ha en negativ sammenheng med frafall, med β på $-.454$ og $\text{Exp}(\beta)$ på $.635$, hvilket indikerer at det en mindre sannsynlighet for å falle fra, jo lenger du er medlem. Dette er et resultat vi regnet med å se, da lengde på kundeforhold sier noe om lojalitet, som igjen antas å ha en påvirkning på churn.

Regresjonsanalysen bekrefter at bruk av app reduserer sannsynligheten for frafall. Dette kommer frem av variabelens β på -1.928 og $\text{Exp}(\beta)$ på $.146$, som indikerer en negativ sammenheng. Appen gir medlemmer mulighet til å registrere treningsøkter, følge venner, gi de oppmuntring, se når venner er på trening og invitere venner til trening. Den gir muligheter for sosialisering, fungerer med andre ord også som en motivator for kunder. Med appen benytter SATS ulike mekanismer for belønning, i likhet med sosiale medier. Rådet for

psykisk helse beskriver behovet for belønning som en av hjernens sterkeste drivkrefter (Psykisk helse 2019), hvilket kan forklare hvordan slike mekanismer kan bidra til økt bruk av tjenesten.

Når det kommer til respondentens hyppighet ved bruk av tjenesten, var vi grunnet Covid-19 nødt til å stille spørsmål om hvor mange treningsøkter kunden *vanligvis* har per uke, da treningssentrene ikke var åpne. Dette gjør at vi mest sannsynlig ikke kan stole helt på at respondentene faktisk trener så ofte som de selv sier. Likevel ser vi en tydelig negativ sammenheng mellom antall treningsøkter per uke og frafall, med en β på $-.586$ og $\text{Exp}(\beta)$ på $.557$. Dette tilsier at sannsynligheten for frafall reduseres jo flere økter respondenten har i uken. Tiltak for økt bruk, slik som eksempelvis appen, synes derfor å være rasjonelle og faktabaserte.

4.6.3 Forskningsspørsmål 3

Hvilke GAP må SATS forbedre/lukke for å redusere churn og øke gjennomsnittlig kundelevetid?

For å kunne svare på forskningsspørsmål 3 vil det være hensiktsmessig å belyse funnene i forskningsspørsmål 1 og 2 i en GAP-modell. Som nevnt tidligere i kapittel 2.3 er enhver bedrift nødt til å møte kunders forventninger for å kunne levere det som oppleves som høy tjenestekvalitet. Dette danner grunnlag for GAP-modellen, og er en forutsetning for å kunne lukke forventningsgapet, også kalt kundegapet (Zeithaml, Bitner, Gremler 2009, 32). For å lukke forventningsgapet er vi først nødt til å lukke fire “leverandørgap”. Disse er beskrevet tidligere som kunnskapsgapet, standardiseringsgapet, leveringsgapet og kommunikasjonsgapet. Slik kan vi identifisere hvilke kritiske gap (avvik) i tjenestekvaliteten SATS må prioritere å forbedre for å beholde kunder, og på denne måten øke kundens livstidsverdi.

Gap 2 – Standardiseringsgapet

Avviket mellom forventninger og opplevelser i Q39 «*Jeg OPPLEVER at SATS har lokaler i nærheten av meg*» er minimalt. Ut i fra regresjonsanalysen viser det seg likevel at variabelen er god på å predikere at nåværende medlemmer forblir medlemmer. Dette er en variabel som

hører under gap 2 (standardiseringsgapet) ettersom bestemmelser av fysiske fasiliteter som bygninger foregår her (Zeithaml, Bitner, Gremler 2009, 37). Her vil man anta at årsak til avvik vil være at fysiske fasiliteter ikke samsvarer med hva kunden forventer, i vårt tilfelle at SATS ikke har sentre i nærheten. Dette er likevel en konklusjon vi ikke kan trekke. Da vi kun har data fra kunder som har valgt å tegne medlemskap hos SATS, ikke de som har valgt bort SATS, har vi ingen innsikt i om dette er den faktiske årsak-virkning sammenhengen. Dersom lokasjon er så viktig at kun sentre som er riktig lokalisert er aktuelle ved tegning av medlemskap, vil vi derfor ikke kunne si noe om hvorvidt lokaliseringen i dag er fornuftig eller har mangler. Dette ville vi kun fått svar på ved å stille det samme spørsmålet til de som ikke har valgt SATS.

Hvordan lukke gapet

SATS bør tenke strategisk på hvor de velger å etablere seg, da lokasjon er særlig viktig for å både skaffe nye kunder og beholde eksisterende kunder ved eventuell flytting. Av nettsiden deres kommer det frem at dette er noe de har jobbet aktivt med fra 1995 og frem til i dag. Som nevnt i kapittel 1.1.2 tilhører treningskjeden SATS Group, som operer under flere merkevarer. Etter at SATS og Elixia slo seg sammen i 2014, utviklet de seg til å bli Norges største treningskjede (sats). Kort tid etter, i 2018, valgte de å kjøpe opp Fresh fitness, noe som har ført til at de i dag er markedsledere. Etter store oppkjøp har de ekspandert til store deler av Norge og samtidig etablert seg i andre deler av Skandinavia. Dette gjør sentrene deres svært tilgjengelig for kundene. Det vil ikke være relevant å komme med noen konkrete tiltak for å lukke dette gapet knyttet til Q47, men heller forsikre SATS om viktigheten av å opprettholde denne strategien, og fortsette å bygge lokaler sentralt da det vil være svært viktig for å bevare medlemmer.

Gap 3 – Leveringsgapet

Q29 “*Jeg OPPLEVER at SATS har dyktige og engasjerende gruppeinstruktører*” er ikke et av variablene med størst gap, men basert på regresjonsanalysen virker den likevel å være en av de viktigste variablene for å beholde kundene som benytter seg av gruppetrening. Det vil være naturlig å plassere variabelen under leveringsgapet (gap 3) da det er i leveringen av tjenesten at medlemmene er i direkte kontakt med de ansatte (Zeithaml, Bitner, Gremler 2009, 38). Her vil det oppstå avvik dersom gruppeinstruktør ikke leverer i henhold til

standardene. Vi forutsetter her at det foreligger en standard som tilsier at gruppeinstruktørene skal være dyktige og engasjerende, dersom dette ikke er tilfelle foreligger det også her et standardiseringsgap (gap 2).

SATS er en treningskjede som er kjent for å tilby et bredt utvalg av gruppetimer. Samtidig kommer det frem av kommunikasjonsgapet at de er opptatt av å kommunisere utad at de tilbyr instruktører som skal inspirere og motivere medlemmer til å prestere (sats). Dette fører til visse forventninger når instruktøren faktisk skal levere i form av kunnskap, engasjement og oppfølging.

En mulig årsak til denne svikten i tjenesteleveransen kan være ineffektiv rekruttering (Wilson m.fl. 2016, 98), der personlige egenskaper og interesser blir undervurdert. Alternativt kan det tenkes at retningslinjene i bedriften ikke er tydelige nok på spesifikasjonene av denne delen av tjenesteleveringen (Wilson m.fl. 2016, 102), eller at de ansatte er misfornøyde grunnet lite oppmuntring og motivering fra arbeidsgiver (Wilson m.fl. 2016, 97).

Hvordan lukket gapet

For å lukke leveringsgapet vil det være nødvendig for SATS å øke fokuset på intern markedsføring ved å sette høyere krav til de ansatte. Intern markedsføring foregår mellom ledelsen i bedriften og den enkelte ansatte, hvor målet er å få hver enkelt medarbeider til å gjøre sitt aller beste på jobb. Ved å oppnå god intern markedsføring fører dette igjen til en høyere grad av interaktiv markedsføring, gjennom hvordan de ansatte opptrer foran kunden (Wilson m.fl. 2016, 256).

Et viktig utgangspunkt for god intern markedsføring er at hver enkelt ansatt selv har troen på tjenesten som leveres, hvis ikke blir det vanskelig å videreformidle dette over til kunden (Wilson m.fl. 2016, 240). I en gruppetime bør instruktøren være engasjert nok til å ta del i treningen og gjøre øvelsene sammen med gruppen. Når vedkommende selv blir sliten, skaper dette større troverdighet til tjenesten, og kunden føler en større tilhørighetsfølelse når den ansatte stiller seg på lik linje som en selv. For å sørge for at rutiner blir opprettholdt bør SATS gjennomføre interne observasjoner av gruppetimene for å kontrollere kvaliteten på serviceleveransen. På den måten motiveres alle til å gjøre en bedre jobb (Wilson m.fl. 2016,

254). De kan også vurdere å belønne de som presterer godt gjennom en bonusordning eller en utmerkelse.

Enda en viktig forutsetning for å lukke gapet er at alle nyansettelser blir gjort slik at SATS legger godt grunnlag for de ansatte til å levere på kundenes forventning (Zeithaml, Bitner og Gremler 2009, 38). Det gjelder å sette riktige kriterier ved rekruttering, slik at man ansetter kandidater som kan levere på det som er viktig for kunden. SATS har et stort fokus på å tiltrekke seg høyt utdannede ansatte, og setter formell utdanning og kurs som krav til flere stillinger. Vi ser av resultatene at gruppeinstruktørens engasjement er et problem, noe som tyder på denne egenskapen burde vektlegges ytterligere ved rekruttering. Videre er god opplæring avgjørende for å sikre kvalitet i tjenesteleveransen ved at rutiner blir fulgt. Oppfølging av nyansatte bør prioriteres for å motivere nye ansatte, og sørge for at de føler seg trygge i sin rolle i bedriften.

5.0 Avslutning

5.1 Konklusjon

Hva er den forventede og opplevde tjenestekvaliteten hos SATS, og hvordan påvirker disse faktorene frafall?

Av analysen fremkommer det at kundenes forventninger er høyere enn den opplevde tjenestekvaliteten. SATS møter med andre ord ikke kundenes forventninger. De største avvikene mellom forventning og opplevelser finner vi i variabler som omhandler plass rundt seg på gruppetimer, renhold og vedlikehold, behagelig belysning og temperatur i lokalene, høyere kvalitet på utstyret på sentrene og hvorvidt utstyret er ledig når de ønsker å ta det i bruk. Dimensjonen Outcome quality var eneste dimensjon der SATS leverer over kundenes forventning.

Resultatene indikerer at et avvik i tjenesteleveransen ikke må være stort for å kunne ha en påvirkning på frafall. For deltagere på gruppetimer er gruppeinstruktørens dyktighet og engasjement den mest avgjørende variabelen, og den eneste med påvirkning på frafall. For utvalget totalt sett, sett bort fra spørsmålene om gruppetimer, ser vi at den avgjørende

variabelen omhandler hvorvidt kunden har et SATS-senter i geografisk nærhet. Resultatene indikerer at lokasjon er viktig også for de som benytter seg av gruppetimer. I henhold til GAP-modellen befinner disse variablene seg i standardisering- og leveringsgapet. Analysene resulterte utelukkende i modeller med best evne til å predikere medlemmer som ikke har falt fra.

Avslutningsvis mener vi det er viktig å trekke frem at betydningen av lokasjon ved valg av senter påvirker resultatet av oppgaven. Utover tjenestekvaliteten ser vi at bruk av app, antall treningsøkter per uke samt lengde på kundeforhold har en tydelig påvirkning på frafall.

Resultatene tilsier dermed at tjenestekvalitetens påvirkning på frafall er begrenset, og vi må konkludere med at økt tjenestekvalitet ikke alene kan forhindre frafall.

5. 2 Svakheter ved oppgaven

Den største mangelen i undersøkelsen var nok at vi ikke spurte om det fantes konkurrerende treningsentre innenfor en attraktiv avstand. Hadde vi tenkt på dette når studien ble designet, kunne vi hatt spørsmål om alternative sentre og geografisk avstand. Hvis logikken er at trening på senter er viktig for deg, og SATS har tilnærmet lokalt monopol, så spiller misnøyen din mindre rolle for frafall. Valget blir da mellom å trene på senter eller å ikke trene, eventuelt pådra seg store ulemper med henhold til reisetid og reisekost. Da kunne vi også testet om misnøye i seg selv ikke er nok for å påvirke frafall. Det kan tenkes at det må misnøye i kombinasjon med eksistensen av et godt alternativ med akseptabel lokasjon til, for at frafall skal finne sted. Her kunne vi sett nærmere på tostegshypotesen vi nevnte tidligere, som det er naturlig at vil kunne forklare frafall bedre enn analysene her. Vi burde også ha stilt spørsmål om hvor viktig treningen er for den enkelte, for å forstå bedre logikken skissert ovenfor. Videre kunne vi drøftet mer hvilke forhold i tillegg til de som undersøkes i SERVQUAL som kan være viktige for å beholde kunder. SERVQUAL fokuserer i stor grad på push-faktorer, ved å måle tjenestekvaliteten slik at vi kan rette opp feil før kundene faller fra. Det ville også vært relevant å se på pull-faktorer, altså hvilke faktorer ved tjenesten som fører til at kunder melder seg inn i SATS.

Når det kommer til metodiske svakheter, er valget av bekvemmelighetsutvalg den største svakheten. Grunnet mangel på representativitet i utvalget gir dette et generaliseringsproblem. Vi ser av analysene at vi burde ha hatt et utvalg der vi sørget for å skaffe et likt antall respondenter som var nåværende og tidligere medlemmer. Dette ville bidratt til å fylle forutsetningen for alle analysene og øke kvaliteten på resultatene. De metodiske utfordringene underveis som kom av at respondentene hadde benyttet seg av ulike tilbud hos SATS, viste at det er hensiktsmessig å splitte utvalget basert på dette. Ideelt sett burde vi ha gjennomført en separat undersøkelse for de som benytter seg av gruppetimer. Vi skulle også gjerne hatt et større utvalg. Dette fordi det er naturlig å anta at det vil være forskjeller mellom nåværende og tidligere medlemmer og variansen i populasjonen er avgjørende for utvalgsstørrelsen (Gripsrud, Olsson og Silkoset (2017, 178).

Som følge av utvalget klarte vi ikke å fylle alle forutsetningene for gjennomføring av analysene. Forutsetningene for logistisk regresjonsanalyse er at de uavhengige variablene ikke er for nært korrelert med hverandre, og at begge kategorier i den kategoriske variabelen er skikkelig representert (Bergsaker 2019). Førstnevnte forutsetning er oppfylt som følge av reliabilitetsanalysen. Det oppstod derimot en utfordring med tanke på forutsetningen om representasjon. Vi var ikke bevisst på denne forutsetningen i forkant av datainnsamlingen, og hadde dermed ikke sørget for lik fordeling av nåværende medlemmer og tidligere medlemmer. Det at vi ikke fullstendig oppfyller denne forutsetningen, gjør at vi må stille oss kritiske til egne resultater. Vi valgte å gjennomføre analysen på tross av dette, da logistisk regresjon viste seg å være analyseteknikken som best ville svare på problemstillingen.

En svakhet ved bruk av likert-skala der man benytter tallverdier for å måle utsagnene, er at man anta i analysen at dataene er på intervallnivå. Dette stemmer imidlertid ikke. Det ikke er mulig å konstatere at avstanden mellom “litt enig” og “enig” er lik avstanden mellom “litt enig” og “verken enig eller uenig”. Det tas altså en forutsetning som det ikke er grunnlag for (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2017, 142). Dette gjør vi fordi det er vanlig i praksis, på tross av at det representerer en feilkilde bygget inn i selve metodevalget.

5.3 Videre arbeid

Avslutningsvis ønsker vi å komme med en anbefaling til videre forskning. Vi har grunn til å tro at visse variabler knyttet til SATS sin tjenstekvalitet kan føre til frafall eller misnøye, men vi har ikke nok grunnlag til å fastslå hvorfor de konkrete variablene er viktige. Basert på resultatene vil vi anbefale SATS å teste tostegshypotesen foreslått tidligere i oppgaven i en kvantitativ undersøkelse, for å se om både lokasjon og misnøye er avgjørende prediktorer for frafall. Her bør de inkludere respondenter som har valgt andre tilbydere av treningssenter i utvalget. Dette vil gi SATS innsikt i hvor viktig lokasjon er ved valg av senter.

Basert på funnene vi har hentet inn fra spørreundersøkelsen ville det vært interessant å undersøke mangler ved tjensteleveransen videre ved bruk av kvalitativ metode. Ved å samle et mindre utvalg av respondentene som gjennomførte spørreundersøkelsen kan vi invitere de til å delta i en fokusgruppe eller stille opp til et dybdeintervju. Her vil det være aktuelt å gå dypere inn på spørsmålene knyttet til SATS sin tjenstekvalitet for å undersøke deres individuelle meninger og erfaringer (Tjora 2017, 31). Ved bruk av en kvantitativ undersøkelse risikerer vi å låse respondentene våre og begrense svarene deres, ved å forme spørreundersøkelsen basert på tidligere teori og egne forutinntatte tanker. Dette gjør at vi kan risikere å miste verdifull informasjon. Gjennom kvalitativ metode kan det dukke opp andre viktige faktorer som vi ikke har tatt i betraktning, som har ført til at respondenten har falt fra. Ved å gjennomføre fokusgrupper eller dybdeintervju vil respondentene få større spillerom ved at vi kan stille spørsmålene mer åpent samt gå utenfor tema (Tjora 2017, 114).

Det å etterfølge den kvantitative undersøkelsen med en kvalitativ undersøkelse vil bidra til å kvalitetssikre resultatene. Den kvalitative undersøkelsen vil kunne bekrefte om resultatene fra analysen kan konstatere hvilke svakheter ved tjensteleveransen som fører til misnøye. Samtidig vil en kvalitativ undersøkelse gi oss et bedre svar på om tiltakene vi har lagt frem for SATS er verdt å investere i for å kunne beholde kunder.

Litteraturliste

- Bergsaker, Anne Schad. 2019. *Statistisk analyse i SPSS*. 26. februar 2019. Lesedato 24. mai 2020: https://www.uio.no/for-ansatte/kompetanse/tema/data/it-forskning/spss/spss2019_oppf.pdf
- Bjerke, Rune og Sander Sværi. SPSS. Høyskolen Kristiania. Lesedato: 9. mai 2020: https://biblioteket.kristiania.no/blog/2016/03/10/spss/?fbclid=IwAR18slPO3aoJf8wTVnuaJb8TETIVjIkN_gwgckEWGIQBVBDc6H6J_ynnlrw
- Eddie T. C. Lam, James J. Zhang og Barbara E. Jensen. 2009. "Service Quality Assessment Scale (SQAS): An Instrument for Evaluating Service Quality of Health-Fitness Clubs". *Measurement in Physical Education and Exercise Science*. Volum 9, 2005 - Issue 2. Lesedato 12. februar: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15327841mpee0902_2
- Field, Andy. 2013. *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics*. 4. utg. SAGE Publications. Ltd
- Gripsrud, Geir, Ulf Henning Olsson og Ragnhild Silkoset. 2016. *Metode og dataanalyse*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Hooker, Stephanie A., Kaile M. Ross, Krista W. Ranby, Kevin S. Masters, John C. Peters, James O. Hill. 2016. "Identifying groups at risk for 1-year membership termination from a fitness center at enrollment". *Preventive Medicine Reports*. Volum 4, Desember 2016, 563-568. Lesedato 12. februar: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2211335516301322>
- Kantar TNS. 2020. *Forbruker og media*. Markedsundersøkelse 1. kvartal 2020. Tall hentet fra Kantar Online: <https://online.kantar.no/vpn/index.html>
- Kantar TNS. 2019. *Forbruker og media*. Markedsundersøkelse 3. kvartal 2019. Tall hentet fra Kantar Online: <https://online.kantar.no/vpn/index.html>
- Kim, Chen Big og Ling, Tan Cheng. 2017. "The Influence of the Service Quality and Outcome Quality on the Member Overall Satisfaction A Proposed Model for Health and Fitness Users". *Global Business and Management Research: An International Journal*. Vol. 9, No. 1 (Special Issue 2017). Lesedato 8. februar: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=2e4474db-9338-4dac-a5f8-94661adebb25%40sessionmgr4007>
- Lovelock, Christopher, Wirtz, Jochen og Patricia Chew. 2009. *Essentials of services marketing*. Singapore: Prentice Hall.

- NESH. 2019. Hensyn til personer (5-18). 27. april. Lesedato 11. mai 2020:
[https://www.etikkom.no/forskningsetiske-retningslinjer/Samfunnsvitenskap-jus-og-hu
maniora/b.-hensyn-til-personer-5---18/](https://www.etikkom.no/forskningsetiske-retningslinjer/Samfunnsvitenskap-jus-og-hu

maniora/b.-hensyn-til-personer-5---18/)
- NSD. 2019. Må jeg melde prosjektet mitt?. 14. november. Lesedato 11. mai 2020:
https://nsd.no/personvernombud/meld_prosjekt/index.html
- Norsk kundebarometer. 2019. Resultater 2019. Lesedato 11. mai 2020:
<https://www.bi.no/forskning/norsk-kundebarometer/resultater-2019/>
- . 1985. “A conceptual model of Service quality and implications for Future Research”.
Journal of marketing. Volum 49.
- Parasuraman, A, Valarie A. Zeithaml og Leonard L. Berry. 1988. “SERVQUAL: A
Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”.
Journal of Retailing. Volum 64. Nr 1.
- Peelen, Ed og Beltman, Rob. 2013. *Customer relationship management*. 2. utg. Harlow:
Pearson Education Limited
- Psykisk Helse. 2019. “Hekta på oppmerksomhet”. 08. juli. Lesedato 31. mai 2020:
<https://psykiskhelse.no/bladet/2019/hjernen-0319>
- SATS. 2020. “Vår historie”. 7. februar: <https://www.sats.no/om-sats/var-historie/>
- Starkweather, Jon og Amanda Kay Moske. 2011. “Multinomial Logistic Regression”.
Lesedato 12. mai 2020: https://it.unt.edu/sites/default/files/mlr_jds_aug2011.pdf
- Tjora, Aksel. 2017. *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. 3. utg. Oslo: Gyldendal
Akademisk.
- Wilson, Alan, Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner og Dwayne D. Gremler. 2016. *Services
Marketing: integrating customer focus across the firm*. 3. utg. Berkshire:
McGraw-Hill Education.
- Yong Jae Ko og Donna L. Pastore. 2007. “An Instrument to Assess Customer Perceptions of
Service Quality and Satisfaction in Campus Recreation Programs”. *Recreational
Sports Journal*. Volum 31, 34-42. Lesedato 12. Februar:
<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1123/rsj.31.1.34>
- Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner og Dwayne D. Gremler. 2009. *Services Marketing:
integrating customer focus across the firm*. 5. utg. Berkshire: McGraw-Hill
Education.

Vedlegg

Vedlegg 1: Informasjon om eksisterende medlemmer fra TNS Gallup

Aldersfordeling eksisterende medlemmer SATS 2019

		Total	Treningsentre - disponere SATS ELIXIA
Total	vTotal	4205,704	222,524
	vAffinitet	100,0	100,0
	Rad % Vek	100,0	5,3
	Kol % Vekt	100,0	100,0
Alder 13 kategorier	20-24 år	vTotal	332,109
		vAffinitet	100,0
		Rad % Vek	100,0
		Kol % Vekt	7,9
	25-29 år	vTotal	424,621
		vAffinitet	100,0
		Rad % Vek	100,0
		Kol % Vekt	10,1
	30-34 år	vTotal	351,416
		vAffinitet	100,0
		Rad % Vek	100,0
		Kol % Vekt	8,4
	35-39 år	vTotal	292,557
		vAffinitet	100,0
		Rad % Vek	100,0
		Kol % Vekt	7,0
	40-44 år	vTotal	331,397
		vAffinitet	100,0
		Rad % Vek	100,0
		Kol % Vekt	7,9
	45-49 år	vTotal	421,223
		vAffinitet	100,0
		Rad % Vek	100,0
		Kol % Vekt	10,0
50-54 år	vTotal	368,747	

Kjønnsfordeling eksisterende medlemmer 20-29 år SATS 2020

		Total	Treningsentre - disponerer i dag													
			3T	Actic	EVO	Family Spo	Fresh Fitne	Friskis & S	Impulse tre	SATS ELIXI	SPENST	Stamina				
Total	Total	vTotal	4205,704	40,571	43,362	58,641	42,417	116,037	34,672	15,415	222,524	45,180	53,756			
		Rad % Vek	100,0	1,0	1,0	1,4	1,0	2,8	0,8	0,4	5,3	1,1	1,3			
		Kol % Vekt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0			
		Kjønn	Mann	vTotal	2108,779	18,281	20,168	30,592	23,318	62,744	10,547	7,518	93,819	18,828	26,188	
				Rad % Vek	100,0	0,9	1,0	1,5	1,1	3,0	0,5	0,4	4,4	0,9	1,2	
				Kol % Vekt	50,1	45,1	46,5	52,2	55,0	54,1	30,4	48,8	42,2	41,7	48,7	
	Kjønn	Kvinne	vTotal	2096,925	22,290	23,194	28,049	19,099	53,293	24,124	7,897	128,705	26,352	27,567		
			Rad % Vek	100,0	1,1	1,1	1,3	0,9	2,5	1,2	0,4	6,1	1,3	1,3		
			Kol % Vekt	49,9	54,9	53,5	47,8	45,0	45,9	69,6	51,2	57,8	58,3	51,3		
	Alder 6-delt	20-29 år	Total	vTotal	756,731	14,102	8,028	23,070	8,675	42,114	3,100	5,341	59,374	11,986	7,246	
				Rad % Vek	100,0	1,9	1,1	3,2	1,2	5,8	0,4	0,7	8,2	1,7	1,0	
				Kol % Vekt	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Kjønn				Mann	vTotal	361,042	6,166	4,844	11,175	8,675	23,045	1,438	2,673	21,853	4,390	2,269
					Rad % Vek	100,0	1,9	1,5	3,4	2,6	7,0	0,4	0,8	6,7	1,3	0,7
					Kol % Vekt	47,7	43,7	60,3	48,4	100,0	54,7	46,4	50,1	38,8	36,6	31,3
Kjønn		Kvinne	vTotal	395,689	7,936	3,184	11,896	0,000	19,069	1,662	2,668	37,521	7,596	4,977		
			Rad % Vek	100,0	2,0	0,8	3,0	0,0	4,8	0,4	0,7	9,4	1,9	1,3		
			Kol % Vekt	52,3	56,3	39,7	51,6	0,0	45,3	53,6	49,9	63,2	63,4	68,7		

Vedlegg 2: Sortering alle spørsmål fra SERVQUAL, SQAS og SSQRS

INSTRUMENTER	DIMENSJONER			
	Interaksjon/Ansatte	Program	Fysiske fasiliteter	Outcome quality
	Underdimensjon/Spørsmål	Underdimensjon/Spørsmål	Underdimensjon/Spørsmål	Underdimensjon/Spørsmål
Servqual	Reliability	-	Tangibles	-
Likert skala 1-7	Når utmerkede treningssentre lover å gjøre noe til en kunde, gjør de det	-	Utmerkede treningssentre har moderne utstyr	-
	Når en kunde har et problem, viser utmerkede treningssentre seg villige til å hjelpe	-	De fysiske fasilitetene hos et utmerket treningssenter bør være tilgjengelige	-
	Utmerkede treningssentre bør levere tjenesten de uttaler å levere	-	Ansatte på utmerkede treningssentre bør se ordentlig og profesjonelle ut	-
	Utmerkede treningssentre leverer tjenesten de utfører	-	Senterets brosjyrer og plakater bør være visuelt innbydende	-
	Utmerkede treningssentre sørger for å ha feilfri dokumentasjon	-	-	-
	Responsiveness	-	-	-
	Ansatte ved utmerkede treningssentre forteller kundene om fordelene ved å gå til et utmerket treningssenter	-	-	-
	Ansatte ved utmerkede treningssentre gir rask kundetilretteledning	-	-	-
	Ansatte ved utmerkede treningssentre er alltid villig til å hjelpe	-	-	-
	Ansatte ved utmerkede treningssentre er aldri for opptatt til å hjelpe	-	-	-
	Assurance	-	-	-
	Atferden til de ansatte bør gjøre at kundene føler seg trygge	-	-	-
	Kunder av utmerkede treningssentre føler seg trygge	-	-	-
	Ansatte hos utmerkede treningssentre er høflig mot kundene	-	-	-
	Ansatte ved utmerkede treningssentre har kunnskaper om trening	-	-	-
	Empathy	-	-	-
	Utmerkede treningssentre gir kundene individuell oppmerksomhet	-	-	-
	Utmerkede treningssentre har åpningstider som er bekvemmelige	-	-	-
	Utmerkede treningssentre har ansatte som gir kundene informasjon	-	-	-
	Utmerkede treningssentre er opptatt av kundens beste interesse	-	-	-
	Utmerkede treningssentre forstår kundens spesifikke behov	-	-	-
SQAS	Staff	Program	Locker room	-
Likert skala 1-7	Possession of required knowledge/skills	Variety of programs	Availability of lockers	-
	Neatness and dress	Availability of programs at appropriate level	Overall maintenance	-
	Willingness to help	Convenience of program time/schedule	Shower cleanliness	-
	Patience	Quality/content of programs	Accessibility	-
	Communication with members	Appropriateness of class size	Safety	-
	Responsiveness to complaints	Background music (if any)	Physical Facility	-
	Courtesy	Adequacy of space	Convenience of location	-
	Provision of individualised attention by instructors	Child care	Hours of operation	-
	Provision of consistency of service	Quality of staff	Availability of parking	-
		Cleanliness of equipment	Accessibility to building	-
		Hours of operation	Parking lot safety	-
		Adequacy of space	Temperature control	-
				-
		Safety of environment	Lighting control	-
		Diversity of experience provided	Workout Facility	-
			Pleasantness of environment	-
			Modern looking equipment	-
				-
			Adequacy of signs and directions	-
			Variety of equipment	-
			Availability of workout facility/equipment	-
			Overall maintenance	-
SSQRS	Client-employee interaction	Range and program	Ambient condition	Physical change
Likert skala 1-7	Employees seem very knowledgeable about their job	has various classes/programs	's ambience is excellent	I feel that my physical ability level has increased after participating in 's classes/programs
	You can count on the employees at to be friendly	offers a wide range of classes/programs	's ambience is what I'm looking for in a university recreation facility	's classes/programs helped me to improve my physical fitness
	REC-SPORT employees are willing to help individuals with their problems	offers popular classes/programs	The facility is clean and well maintained	I feel that my physical fitness level has increased after participating in 's classes/programs
	The employees at take action when problems occur	The classes/programs offered by are attractive to me	I am consistently impressed with the facility's atmosphere	I feel that my skill level has increased after participating in 's classes/programs
	's employees are competent	Operating time	I really enjoy 's atmosphere	The activities that I have participated in have improved my physical fitness
	's employees handle problems promptly and satisfactorily	The operating hours of are convenient	Design	Valence
	's employees recognize and deal effectively with the special needs of their customers	Class/program times are convenient	's facility is well designed	I feel good about what I get from 's classes/programs
	Inter-client interaction	offers classes/programs at several different times	's facility layout serves my purpose/needs	When I leave , I always feel that I got what I wanted
	's other customers have a positive impact on my participation in 's classes/programs	Information	I am impressed with the design of 's facility	I usually have a good feeling when I leave 's classes/programs
	I am generally impressed with the other patrons of 's classes/programs	's personnel are easy to contact by e-mail	The facility is aesthetically attractive	I would evaluate the outcome of 's classes/programs as being positive
	's costumers follow rules and regulations	's is easy to contact through a website	The facility is safe and comfortable	Sociability
	I find that 's other costumers consistently leave me with a positive impression	Up-to-date information is available on 's activities and programs	Equipment	's has provided me many opportunities for social interaction
		Overall, information about 's is easy to obtain	The equipment provided by 's is up to date	I feel a sense of family among 's costumers
		's is easy to contact by phone	A variety of up-to-date exercise equipment is available at 's facility	I made any friends through participating in 's classes/programs
			The equipment provided by 's is in good usable condition	I enjoy the social interaction in 's classes/programs

Fargekoding:

Grønn = fremkommer i alle bidrag (konsensus) -> inkluderes i undersøkelsen

Rød = fremkommer ikke i nyere bidrag, ikke relevant for SATS -> inkluderes ikke

Gul = fremkommer ikke i nyere bidrag, men relevant for SATS -> diskuteres

Lilla = introdusert av nyere forskning -> inkluderes i undersøkelsen

Vedlegg 3: Normalfordeling

	Descriptive Statistics								
	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Når jeg har et problem, FORVENTER jeg at SATS viser en oppriktig interesse i å løse problemet	156	1	7	5,84	1,199	-1,209	,194	1,684	,386
Når jeg har et problem, OPPLEVER jeg at SATS viser en oppriktig interesse i å løse problemet	156	1	7	4,96	1,331	-,399	,194	-,100	,386
Jeg FORVENTER at SATS gir meg korrekt informasjon om tjenestene de tilbyr (gruppetimer, åpningstider m.m)	156	1	7	6,54	,822	-3,007	,194	13,926	,386
Jeg OPPLEVER at SATS gir meg korrekt informasjon om tjenestene de tilbyr (gruppetimer, åpningstider m.m)	156	1	7	5,95	1,254	-1,674	,194	3,210	,386
Jeg FORVENTER at SATS gir meg rask kundeservice	156	1	7	6,19	,928	-2,046	,194	6,990	,386
Jeg OPPLEVER at SATS gir meg rask kundeservice	156	1	7	5,32	1,344	-1,056	,194	1,234	,386
Jeg FORVENTER at ansatte ved SATS alltid er villig til å hjelpe meg	156	1	7	6,24	,960	-1,749	,194	5,253	,386
Jeg OPPLEVER at ansatte ved SATS alltid er villig til å hjelpe meg	156	1	7	5,55	1,331	-1,209	,194	1,584	,386
Jeg FORVENTER at ansatte ved SATS alltid har tid til å hjelpe meg	156	1	7	5,22	1,298	-,641	,194	,452	,386
Jeg OPPLEVER at ansatte ved SATS alltid har tid til å hjelpe meg	156	1	7	5,03	1,257	-,654	,194	,438	,386
Jeg FORVENTER at de ansatte ved SATS er vennlig og får meg til å føle meg trygg	156	1	7	6,41	,943	-2,358	,194	7,747	,386

Jeg OPPLEVER at de ansatte ved SATS er vennlig og får meg til å føle meg trygg	156	1	7	5,72	1,308	-1,368	,194	1,888	,386
Jeg FORVENTER at de ansatte ved SATS gir meg personlig (en til en) oppmerksomhet	156	1	7	4,24	1,570	-,046	,194	-,717	,386
Jeg OPPLEVER at de ansatte ved SATS gir meg personlig (en til en) oppmerksomhet	156	1	7	4,44	1,525	-,381	,194	-,183	,386
Jeg FORVENTER at ansatte ved SATS har god kompetanse til å svare på mine spørsmål	156	2	7	6,11	,877	-1,262	,194	2,947	,386
Jeg OPPLEVER at ansatte ved SATS har god kompetanse til å svare på mine spørsmål	156	1	7	5,36	1,249	-1,011	,194	,811	,386
Jeg FORVENTER at SATS har åpningstider som er passende for meg	156	1	7	5,97	1,220	-1,621	,194	2,975	,386
Jeg OPPLEVER at SATS har åpningstider som er passende for meg	156	1	7	5,13	1,816	-,860	,194	-,455	,386
Jeg FORVENTER at SATS har dyktige og engasjerende gruppeinstruktører	71	5	7	6,72	,512	-1,629	,285	1,848	,563
Jeg OPPLEVER at SATS har dyktige og engasjerende gruppeinstruktører	71	2	7	6,24	1,035	-2,254	,285	6,642	,563
Jeg FORVENTER at SATS tilbyr et bredt utvalg gruppetimer	71	4	7	6,68	,604	-2,117	,285	5,160	,563
Jeg OPPLEVER at SATS tilbyr et bredt utvalg gruppetimer	71	2	7	6,08	1,216	-1,785	,285	3,143	,563
Jeg FORVENTER at SATS tilbyr gruppetimer som er attraktive for meg	71	3	7	6,23	,974	-1,236	,285	1,013	,563
Jeg OPPLEVER at SATS tilbyr gruppetimer som er attraktive for meg	70	2	7	6,04	1,096	-1,787	,287	4,242	,566

Jeg FORVENTER at SATS tilbyr gruppetimer på tidspunkter som passer meg	71	3	7	6,14	1,060	-1,327	,285	1,153	,563
Jeg OPPLEVER at SATS tilbyr gruppetimer på tidspunkter som passer meg	71	1	7	5,46	1,181	-1,305	,285	2,361	,563
Under gruppetimene hos SATS FORVENTER jeg tilstrekkelig plass rundt meg slik at jeg får en god treningsopplevelse	71	4	7	6,27	,736	-,914	,285	,946	,563
Under gruppetimene hos SATS OPPLEVER jeg tilstrekkelig plass rundt meg slik at jeg får en god treningsopplevelse	70	1	7	4,50	1,549	-,386	,287	-,853	,566
Jeg FORVENTER at SATS har lokaler i nærheten av meg	156	2	7	5,81	1,233	-1,062	,194	,602	,386
Jeg OPPLEVER at SATS har lokaler i nærheten av meg	156	1	7	6,06	1,296	-2,016	,194	4,243	,386
Jeg FORVENTER en behagelig temperatur og belysning i SATS sine lokaler	156	4	7	6,39	,705	-,946	,194	,462	,386
Jeg OPPLEVER en behagelig temperatur og belysning i SATS sine lokaler	156	1	7	5,33	1,393	-1,007	,194	,340	,386
Jeg FORVENTER at SATS sine lokaler er rene og godt vedlikeholdt	156	3	7	6,62	,721	-2,419	,194	6,748	,386
Jeg OPPLEVER at SATS sine lokaler er rene og godt vedlikeholdt	156	1	7	5,44	1,326	-1,266	,194	1,407	,386
Jeg FORVENTER at SATS har oppdatert utstyr av høy kvalitet	156	5	7	6,58	,580	-1,010	,194	,039	,386
Jeg OPPLEVER at SATS har oppdatert utstyr av høy kvalitet	156	1	7	5,46	1,220	-1,039	,194	1,165	,386
Jeg FORVENTER at SATS tilbyr et bredt og tilfredsstillende utvalg av utstyr	156	5	7	6,53	,627	-,974	,194	-,093	,386

Jeg OPPLEVER at SATS tilbyr et bredt og tilfredsstillende utvalg av utstyr	156	1	7	5,59	1,249	-1,475	,194	2,416	,386
Jeg FORVENTER at SATS sine apparater er ledig når jeg ønsker å ta de i bruk	156	1	7	5,24	1,379	-,672	,194	,178	,386
Jeg OPPLEVER at SATS sine apparater er ledig når jeg ønsker å ta de i bruk	156	1	7	4,26	1,436	-,301	,194	-,816	,386
Jeg FORVENTER at min fysiske form blir forbedret etter treningen hos SATS	156	1	7	5,57	1,311	-1,131	,194	1,491	,386
Jeg OPPLEVER at min fysiske form blir forbedret etter treningen hos SATS	156	1	7	5,80	1,056	-1,125	,194	2,252	,386
Jeg FORVENTER at SATS gir meg mulighet til å være sosial på trening	156	1	7	4,56	1,627	-,332	,194	-,697	,386
Jeg OPPLEVER at SATS gir meg mulighet til å være sosial på trening	156	1	7	5,04	1,348	-,519	,194	-,142	,386
Jeg FORVENTER at SATS stimulerer meg til motivasjon og egeninnsats	156	1	7	5,10	1,362	-,626	,194	,343	,386
Jeg OPPLEVER at SATS stimulerer meg til motivasjon og egeninnsats	156	1	7	5,03	1,384	-,532	,194	-,099	,386
Jeg FORVENTER en positiv mental effekt (psyke, humør, konsentrasjon, overskudd m.m) av trening på SATS	156	1	7	5,75	1,145	-1,271	,194	2,511	,386
Jeg OPPLEVER en positiv mental effekt (psyke, humør, konsentrasjon, overskudd m.m) av trening på SATS	156	1	7	5,73	1,256	-1,375	,194	2,138	,386
Valid N (listwise)	69								

Vedlegg 4: Faktoranalyse

Interaksjon (før inndeling i to dimensjoner)

Factor Matrix^a

	Factor	
	1	2
Når jeg har et problem, OPPLEVER jeg at SATS viser en oppriktig interesse i å løse problemet	,586	,436
Jeg OPPLEVER at SATS gir meg korrekt informasjon om tjenestene de tilbyr (gruppetimer, åpningstider m.m)	,361	,773
Jeg OPPLEVER at SATS gir meg rask kundeservice	,268	,625
Jeg OPPLEVER at ansatte ved SATS alltid er villig til å hjelpe meg	,671	,585
Jeg OPPLEVER at ansatte ved SATS alltid har tid til å hjelpe meg	,672	,437
Jeg OPPLEVER at de ansatte ved SATS er vennlig og får meg til å føle meg trygg	,647	,493
Jeg OPPLEVER at de ansatte ved SATS gir meg personlig (en til en) oppmerksomhet	,939	-,282
Jeg OPPLEVER at ansatte ved SATS har god kompetanse til å svare på mine spørsmål	,601	,427
Jeg OPPLEVER at SATS har dyktige og engasjerende gruppeinstruktører	,472	,579

Extraction Method: Maximum Likelihood.^a

Fysiske fasiliteter

Factor Matrix^a	
	Factor 1
Jeg OPPLEVER at SATS har lokaler i nærheten av meg	,322
Jeg OPPLEVER en behagelig temperatur og belysning i SATS sine lokaler	,377
Jeg OPPLEVER at SATS sine lokaler er rene og godt vedlikeholdt	,545
Jeg OPPLEVER at SATS har oppdatert utstyr av høy kvalitet	,823
Jeg OPPLEVER at SATS tilbyr et bredt og tilfredsstillende utvalg av utstyr	,823
Jeg OPPLEVER at SATS sine apparater er ledig når jeg ønsker å ta de i bruk	,374
Extraction Method: Maximum Likelihood.	
a. 1 factors extracted. 4 iterations required.	

Goodness-of-fit Test		
Chi-Square	df	Sig.
19,385	9	,022

Program

Factor Matrix^a	
	Factor 1
Jeg OPPLEVER at SATS har åpningstider som er passende for meg	,430
Jeg OPPLEVER at SATS tilbyr et bredt utvalg gruppetimer	,845
Jeg OPPLEVER at SATS tilbyr gruppetimer som er attraktive for meg	,768
Jeg OPPLEVER at SATS tilbyr gruppetimer på tidspunkter som passer meg	,689
Under gruppetimene hos SATS OPPLEVER jeg tilstrekkelig plass rundt meg slik at jeg får en god treningsopplevelse	,409
Extraction Method: Maximum Likelihood.	
a. 1 factors extracted. 5 iterations required.	

Goodness-of-fit Test

Chi-Square	df	Sig.
14,650	5	,012

Outcome quality

Factor Matrix^a	
	Factor 1
Jeg OPPLEVER at min fysiske form blir forbedret etter treningen hos SATS	,665
Jeg OPPLEVER at SATS gir meg mulighet til å være sosial på trening	,510
Jeg OPPLEVER at SATS stimulerer meg til motivasjon og egeninnsats	,688
Jeg OPPLEVER en positiv mental effekt (psyke, humør, konsentrasjon, overskudd m.m) av trening på SATS	,910
Extraction Method: Maximum Likelihood.	
a. 1 factors extracted. 5 iterations required.	

Goodness-of-fit Test

Chi-Square	df	Sig.
1,555	2	,460

Front-stage ansatte

Factor Matrix^a	
	Factor 1
Jeg OPPLEVER at ansatte ved SATS alltid er villig til å hjelpe meg	,929
Jeg OPPLEVER at ansatte ved SATS alltid har tid til å hjelpe meg	,808
Jeg OPPLEVER at de ansatte ved SATS er vennlig og får meg til å føle meg trygg	,823
Jeg OPPLEVER at de ansatte ved SATS gir meg personlig (en til en) oppmerksomhet	,534
Jeg OPPLEVER at ansatte ved SATS har god kompetanse til å svare på mine spørsmål	,685
Jeg OPPLEVER at SATS har dyktige og engasjerende gruppeinstruktører	,703
Extraction Method: Maximum Likelihood.	
a. 1 factors extracted. 5 iterations required.	

Goodness-of-fit Test

Chi-Square	df	Sig.
23,176	9	,006

Back-stage ansatte

Factor Matrix^a	
	Factor 1
Når jeg har et problem, OPPLEVER jeg at SATS viser en oppriktig interesse i å løse problemet	,664
Jeg OPPLEVER at SATS gir meg korrekt informasjon om tjenestene de tilbyr (gruppetimer, åpningstider m.m)	,668
Jeg OPPLEVER at SATS gir meg rask kundeservice	,795
Extraction Method: Maximum Likelihood.	
a. 1 factors extracted. 4 iterations required.	

Vedlegg 5: Reliabilitetsanalyse

Fysiske Fasiliteter

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,718	,724	6

Program

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,749	,768	5

Outcome quality

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,779	,785	4

Front-stage ansatte

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,880	,884	6

Back-stage ansatte

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,750	,750	3

Vedlegg 6: Forskningsspørsmål 1 - Paired Sample T-test

Paired sample t-test for alle dimensjoner

		Paired Samples Test							
		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	Forventninger_BSA - Opplevelser_BSA	,78205	1,09325	,08753	,60915	,95496	8,935	155	,000
Pair 2	Forventninger_FSA - Opplevelser_FSA	,57042	1,04565	,12410	,32292	,81792	4,597	70	,000
Pair 3	Forventninger_F - Opplevelser_F	,84081	,93505	,07486	,69293	,98870	11,231	155	,000
Pair 4	Forventninger_P - Opplevelser_P	,73623	1,12694	,13567	,46551	1,00695	5,427	68	,000
Pair 5	Forventninger_O - Opplevelser_O	-,15705	,97890	,07837	-,31187	-,00223	-2,004	155	,047

Paired sample t-test for alle variabler

		Paired Samples Test							
		Paired Differences							
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
					Lower	Upper			
Pair 1	Når jeg har et problem, FORVENTER jeg at SATS viser en oppriktig interesse i å løse problemet - Når jeg har et problem, OPPLEVER jeg at SATS viser en oppriktig interesse i å løse problemet	,885	1,477	,118	,651	1,118	7,483	155	,000
Pair 2	Jeg FORVENTER at SATS gir meg korrekt informasjon om tjenestene de tilbyr (gruppetimer, åpningstider m.m) - Jeg OPPLEVER at SATS gir meg korrekt informasjon om tjenestene de tilbyr (gruppetimer, åpningstider m.m)	,596	1,174	,094	,411	,782	6,343	155	,000
Pair 3	Jeg FORVENTER at SATS gir meg rask kundeservice - Jeg OPPLEVER at SATS gir meg rask kundeservice	,865	1,451	,116	,636	1,095	7,451	155	,000
Pair 4	Jeg FORVENTER at ansatte ved SATS alltid er villig til å hjelpe meg - Jeg OPPLEVER at ansatte ved SATS alltid er villig til å hjelpe meg	,692	1,366	,109	,476	,908	6,330	155	,000
Pair 5	Jeg FORVENTER at ansatte ved SATS alltid har tid til å hjelpe meg - Jeg OPPLEVER at ansatte ved SATS alltid har tid til å hjelpe meg	,192	1,442	,115	-,036	,420	1,666	155	,098
Pair 6	Jeg FORVENTER at de ansatte ved SATS er vennlig og får meg til å føle meg trygg - Jeg OPPLEVER at de ansatte ved SATS er vennlig og får meg til å føle meg trygg	,686	1,222	,098	,493	,879	7,008	155	,000
Pair 7	Jeg FORVENTER at de ansatte ved SATS gir meg personlig (en til en) oppmerksomhet - Jeg OPPLEVER at de ansatte ved SATS gir meg personlig (en til en) oppmerksomhet	-,205	1,569	,126	-,453	,043	-1,633	155	,104

Pair 8	Jeg FORVENTER at ansatte ved SATS har god kompetanse til å svare på mine spørsmål - Jeg OPPLEVER at ansatte ved SATS har god kompetanse til å svare på mine spørsmål	,750	1,134	,091	,571	,929	8,262	155	,000
Pair 9	Jeg FORVENTER at SATS har åpningstider som er passende for meg - Jeg OPPLEVER at SATS har åpningstider som er passende for meg	,840	2,121	,170	,504	1,175	4,946	155	,000
Pair 10	Jeg FORVENTER at SATS har dyktige og engasjerende gruppeinstruktører - Jeg OPPLEVER at SATS har dyktige og engasjerende gruppeinstruktører	,479	1,040	,123	,233	,725	3,880	70	,000
Pair 11	Jeg FORVENTER at SATS tilbyr et bredt utvalg gruppetimer - Jeg OPPLEVER at SATS tilbyr et bredt utvalg gruppetimer	,592	1,260	,150	,293	,890	3,956	70	,000
Pair 12	Jeg FORVENTER at SATS tilbyr gruppetimer som er attraktive for meg - Jeg OPPLEVER at SATS tilbyr gruppetimer som er attraktive for meg	,171	1,215	,145	-,118	,461	1,180	69	,242
Pair 13	Jeg FORVENTER at SATS tilbyr gruppetimer på tidspunkter som passer meg - Jeg OPPLEVER at SATS tilbyr gruppetimer på tidspunkter som passer meg	,676	1,538	,183	,312	1,040	3,704	70	,000
Pair 14	Under gruppetimene hos SATS FORVENTER jeg tilstrekkelig plass rundt meg slik at jeg får en god treningsopplevelse - Under gruppetimene hos SATS OPPLEVER jeg tilstrekkelig plass rundt meg slik at jeg får en god treningsopplevelse	1,757	1,773	,212	1,334	2,180	8,292	69	,000
Pair 15	Jeg FORVENTER at SATS har lokaler i nærheten av meg - Jeg OPPLEVER at SATS har lokaler i nærheten av meg	-,244	1,555	,124	-,490	,002	-1,957	155	,052
Pair 16	Jeg FORVENTER en behagelig temperatur og belysning i SATS sine lokaler - Jeg OPPLEVER en behagelig temperatur og belysning i SATS sine lokaler	1,058	1,546	,124	,813	1,302	8,545	155	,000

Pair 17	Jeg FORVENTER at SATS sine lokaler er rene og godt vedlikeholdt - Jeg OPPLEVER at SATS sine lokaler er rene og godt vedlikeholdt	1,186	1,413	,113	,962	1,409	10,480	155	,000
Pair 18	Jeg FORVENTER at SATS har oppdatert utstyr av høy kvalitet - Jeg OPPLEVER at SATS har oppdatert utstyr av høy kvalitet	1,122	1,307	,105	,915	1,328	10,722	155	,000
Pair 19	Jeg FORVENTER at SATS tilbyr et bredt og tilfredsstillende utvalg av utstyr - Jeg OPPLEVER at SATS tilbyr et bredt og tilfredsstillende utvalg av utstyr	,936	1,284	,103	,733	1,139	9,107	155	,000
Pair 20	Jeg FORVENTER at SATS sine apparater er ledig når jeg ønsker å ta de i bruk - Jeg OPPLEVER at SATS sine apparater er ledig når jeg ønsker å ta de i bruk	,987	1,948	,156	,679	1,295	6,331	155	,000
Pair 21	Jeg FORVENTER at min fysiske form blir forbedret etter treningen hos SATS - Jeg OPPLEVER at min fysiske form blir forbedret etter treningen hos SATS	-,231	1,324	,106	-,440	-,021	-2,177	155	,031
Pair 22	Jeg FORVENTER at SATS gir meg mulighet til å være sosial på trening - Jeg OPPLEVER at SATS gir meg mulighet til å være sosial på trening	-,481	1,452	,116	-,710	-,251	-4,135	155	,000
Pair 23	Jeg FORVENTER at SATS stimulerer meg til motivasjon og egeninnsats - Jeg OPPLEVER at SATS stimulerer meg til motivasjon og egeninnsats	,064	1,308	,105	-,143	,271	,612	155	,541
Pair 24	Jeg FORVENTER en positiv mental effekt (psyke, humør, konsentrasjon, overskudd m.m) av trening på SATS - Jeg OPPLEVER en positiv mental effekt (psyke, humør, konsentrasjon, overskudd m.m) av trening på SATS	,019	1,144	,092	-,162	,200	,210	155	,834

Vedlegg 7: Forskningsspørsmål 2 - Logistisk regresjon

Back-stage ansatte

Omnibus Tests of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	5,994	1	,014
	Block	5,994	1	,014
	Model	5,994	1	,014

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	184,933 ^a	,038	,053

a. Estimation terminated at iteration number 4 because parameter estimates changed by less than ,001.

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	1,315	6	,971

Classification Table^a

Observed		Predicted			
		Hva er ditt forhold til SATS?		Percentage Correct	
		Nåværende medlem	Tidligere medlem		
Step 1	Hva er ditt forhold til SATS?	Nåværende medlem	107	2	98,2
		Tidligere medlem	43	4	8,5
Overall Percentage					71,2

a. The cut value is ,500

Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
								Lower	Upper
Step 1 ^a	Opplevelser_BSA	-,396	,165	5,781	1	,016	,673	,488	,929
	Constant	1,269	,886	2,050	1	,152	3,556		

a. Variable(s) entered on step 1: Opplevelser_BSA.

Outcome quality

Omnibus Tests of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	6,638	1	,010
	Block	6,638	1	,010
	Model	6,638	1	,010

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	184,289 ^a	,042	,059

a. Estimation terminated at iteration number 4 because parameter estimates changed by less than ,001.

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	8,634	7	,280

Classification Table^a

Observed		Predicted		Percentage Correct	
		Hva er ditt forhold til SATS? Nåværende medlem	Tidligere medlem		
Step 1	Hva er ditt forhold til SATS?	Nåværende medlem	106	3	97,2
		Tidligere medlem	44	3	6,4
Overall Percentage					69,9

a. The cut value is ,500

Variables in the Equation

Step 1 ^a		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
								Lower	Upper
	Opplevelser_O	-,458	,181	6,386	1	,012	,633	,443	,902
	Constant	1,596	,970	2,711	1	,100	4,936		

a. Variable(s) entered on step 1: Opplevelser_O.

Alle dimensjoner (inkluderer kun respondenter som benytter seg av gruppetimer)

Omnibus Tests of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	15.024	5	.010
	Block	15.024	5	.010
	Model	15.024	5	.010

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	66.192 ^a	.196	.283

a. Estimation terminated at iteration number 5 because parameter estimates changed by less than .001.

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	2.839	8	.944

Classification Table^a

Observed	Hva er ditt forhold til SATS?	Predicted		Percentage Correct	
		Hva er ditt forhold til SATS? Nåværende medlem	Tidligere medlem		
Step 1	Hva er ditt forhold til SATS?	Nåværende medlem	46	4	92.0
		Tidligere medlem	10	9	47.4
Overall Percentage					79.7

a. The cut value is .500

Variables in the Equation

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)		
							Lower	Upper	
Step 1 ^a	Opplevelser_BSA	-.588	.450	1.707	1	.191	.555	.230	1.342
	Opplevelser_FSA	-.146	.466	.098	1	.755	.865	.347	2.154
	Opplevelser_F	.096	.469	.042	1	.838	1.101	.439	2.759
	Opplevelser_P	1.399	.547	6.545	1	.011	4.052	1.387	11.838
	Opplevelser_O	-1.242	.525	5.600	1	.018	.289	.103	.808
	Constant	1.504	2.058	.534	1	.465	4.501		

a. Variable(s) entered on step 1: Opplevelser_BSA, Opplevelser_FSA, Opplevelser_F, Opplevelser_P, Opplevelser_O.

Back-stage ansatte, Fysiske fasiliteter og Outcome quality

Omnibus Tests of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	10.935	3	.012
	Block	10.935	3	.012
	Model	10.935	3	.012

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	177.578 ^a	.068	.097

a. Estimation terminated at iteration number 4 because parameter estimates changed by less than .001.

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	3.760	8	.878

Classification Table^a

Observed		Predicted		Percentage Correct	
		Hva er ditt forhold til SATS? Nåværende medlem	Tidligere medlem		
Step 1	Hva er ditt forhold til SATS?	Nåværende medlem	106	3	97.2
		Tidligere medlem	39	7	15.2
Overall Percentage					72.9

a. The cut value is .500

Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
								Lower	Upper
Step 1 ^a	Opplevelser_BSA	-.311	.232	1.785	1	.182	.733	.465	1.156
	Opplevelser_F	.619	.300	4.260	1	.039	1.857	1.032	3.343
	Opplevelser_O	-.593	.267	4.946	1	.026	.552	.328	.932
	Constant	.649	1.219	.283	1	.595	1.914		

a. Variable(s) entered on step 1: Opplevelser_BSA, Opplevelser_F, Opplevelser_O.

Back-stage ansatte, Fysiske fasiliteter og Outcome quality, alle variabler

Omnibus Tests of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	48,452	13	,000
	Block	48,452	13	,000
	Model	48,452	13	,000

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	142,475 ^a	,267	,378

a. Estimation terminated at iteration number 5 because parameter estimates changed by less than ,001.

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	4,852	8	,773

Classification Table^a

Observed		Predicted			
		Hva er ditt forhold til SATS?		Percentage Correct	
		Nåværende medlem	Tidligere medlem		
Step 1	Hva er ditt forhold til SATS?	Nåværende medlem	107	2	98,2
		Tidligere medlem	43	4	8,5
Overall Percentage					71,2

a. The cut value is ,500

Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
								Lower	Upper
Step 1 ^a	Opplevelser_BSA	-,396	,165	5,781	1	,016	,673	,488	,929
	Constant	1,269	,886	2,050	1	,152	3,556		

a. Variable(s) entered on step 1: Opplevelser_BSA.

Classification Table^a

Observed		Predicted			
		Hva er ditt forhold til SATS?		Percentage Correct	
		Nåværende medlem	Tidligere medlem		
Step 1	Hva er ditt forhold til SATS?	Nåværende medlem	101	8	92,7
		Tidligere medlem	24	23	48,9
Overall Percentage					79,5

a. The cut value is ,500

Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
								Lower	Upper
Step 1 ^a	Når jeg har et problem, OPPLEVER jeg at SATS viser en oppriktig interesse i å løse problemet	-,223	,228	,955	1	,328	,800	,512	1,251
	Jeg OPPLEVER at SATS gir meg korrekt informasjon om tjenestene de tilbyr (gruppetimer, åpningstider m.m)	-,082	,220	,137	1	,711	,922	,598	1,420
	Jeg OPPLEVER at SATS gir meg rask kundeservice	-,133	,221	,364	1	,546	,875	,568	1,349
	Jeg OPPLEVER at SATS har lokaler i nærheten av meg	-,692	,214	10,464	1	,001	,501	,329	,761
	Jeg OPPLEVER en behagelig temperatur og belysning i SATS sine lokaler	-,066	,187	,123	1	,726	,936	,649	1,352
	Jeg OPPLEVER at SATS sine lokaler er rene og godt vedlikeholdt	,482	,261	3,418	1	,064	1,620	,971	2,701
	Jeg OPPLEVER at SATS har oppdatert utstyr av høy kvalitet	,420	,297	2,007	1	,157	1,523	,851	2,724
	Jeg OPPLEVER at SATS tilbyr et bredt og tilfredsstillende utvalg av utstyr	,553	,315	3,084	1	,079	1,738	,938	3,220
	Jeg OPPLEVER at SATS sine apparater er ledig når jeg ønsker å ta de i bruk	,127	,176	,522	1	,470	1,135	,805	1,602
	Jeg OPPLEVER at min fysiske form blir forbedret etter treningen hos SATS	-,325	,279	1,351	1	,245	,723	,418	1,250
	Jeg OPPLEVER at SATS gir meg mulighet til å være sosial på trening	,009	,193	,002	1	,963	1,009	,692	1,472
	Jeg OPPLEVER at SATS stimulerer meg til motivasjon og egeninnsats	-,060	,229	,069	1	,792	,941	,601	1,475
	Jeg OPPLEVER en positiv mental effekt (psyke, humør, konsentrasjon, overskudd m.m) av trening på SATS	-,436	,331	1,733	1	,188	,647	,338	1,237
	Constant	1,806	1,823	,982	1	,322	6,086		

a. Variable(s) entered on step 1: Når jeg har et problem, OPPLEVER jeg at SATS viser en oppriktig interesse i å løse problemet, Jeg OPPLEVER at SATS gir meg korrekt informasjon om tjenestene de tilbyr (gruppetimer, åpningstider m. m), Jeg OPPLEVER at SATS gir meg rask kundeservice, Jeg OPPLEVER at SATS har lokaler i nærheten av meg, Jeg OPPLEVER en behagelig temperatur og belysning i SATS sine lokaler, Jeg OPPLEVER at SATS sine lokaler er rene og godt vedlikeholdt, Jeg OPPLEVER at SATS har oppdatert utstyr av høy kvalitet, Jeg OPPLEVER at SATS tilbyr et bredt og tilfredsstillende utvalg av utstyr, Jeg OPPLEVER at SATS sine apparater er ledig når jeg ønsker å ta de i bruk, Jeg OPPLEVER at min fysiske form blir forbedret etter treningen hos SATS, Jeg OPPLEVER at SATS gir meg mulighet til å være sosial på trening, Jeg OPPLEVER at SATS stimulerer meg til motivasjon og egeninnsats, Jeg OPPLEVER en positiv mental effekt (psyke, humør, konsentrasjon, overskudd m.m) av trening på SATS.

Alle obligatoriske variabler

Omnibus Tests of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	51,699	18	,000
	Block	51,699	18	,000
	Model	51,699	18	,000

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	139,228 ^a	,282	,400

a. Estimation terminated at iteration number 5 because parameter estimates changed by less than ,001.

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	5,049	8	,752

Classification Table^a

Observed		Predicted		Percentage Correct	
		Hva er ditt forhold til SATS? Nåværende medlem	Tidligere medlem		
Step 1	Hva er ditt forhold til SATS?	Nåværende medlem	101	8	92,7
		Tidligere medlem	23	24	51,1
Overall Percentage					80,1

a. The cut value is ,500

Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
								Lower	Upper
Step 1 ^a	Når jeg har et problem, OPPLEVER jeg at SATS viser en oppriktig interesse i å løse problemet	-,194	,249	,606	1	,436	,824	,506	1,342
	Jeg OPPLEVER at SATS gir meg korrekt informasjon om tjenestene de tilbyr (gruppetimer, åpningstider m.m)	-,220	,235	,877	1	,349	,803	,506	1,272
	Jeg OPPLEVER at SATS gir meg rask kundeservice	-,191	,238	,646	1	,422	,826	,518	1,316
	Jeg OPPLEVER at ansatte ved SATS alltid er villig til å hjelpe meg	-,025	,320	,006	1	,936	,975	,521	1,824
	Jeg OPPLEVER at ansatte ved SATS alltid har tid til å hjelpe meg	,273	,289	,895	1	,344	1,314	,746	2,315
	Jeg OPPLEVER at de ansatte ved SATS er vennlig og får meg til å føle meg trygg	,124	,261	,226	1	,634	1,132	,679	1,889
	Jeg OPPLEVER at de ansatte ved SATS gir meg personlig (en til en) oppmerksomhet	-,296	,188	2,482	1	,115	,744	,514	1,075
	Jeg OPPLEVER at ansatte ved SATS har god kompetanse til å svare på mine spørsmål	,046	,250	,034	1	,853	1,047	,641	1,710
	Jeg OPPLEVER at SATS har lokaler i nærheten av meg	-,725	,221	10,790	1	,001	,484	,314	,747

Jeg OPPLEVER en behagelig temperatur og belysning i SATS sine lokaler	-,020	,194	,010	1	,920	,981	,670	1,436
Jeg OPPLEVER at SATS sine lokaler er rene og godt vedlikeholdt	,458	,271	2,864	1	,091	1,581	,930	2,687
Jeg OPPLEVER at SATS har oppdatert utstyr av høy kvalitet	,325	,306	1,128	1	,288	1,384	,760	2,521
Jeg OPPLEVER at SATS tilbyr et bredt og tilfredsstillende utvalg av utstyr	,663	,337	3,882	1	,049	1,942	1,004	3,756
Jeg OPPLEVER at SATS sine apparater er ledig når jeg ønsker å ta de i bruk	,174	,188	,852	1	,356	1,190	,822	1,722
Jeg OPPLEVER at min fysiske form blir forbedret etter treningen hos SATS	-,346	,284	1,483	1	,223	,708	,406	1,235
Jeg OPPLEVER at SATS gir meg mulighet til å være sosial på trening	,060	,198	,092	1	,761	1,062	,720	1,566
Jeg OPPLEVER at SATS stimulerer meg til motivasjon og egeninnsats	-,089	,239	,139	1	,709	,915	,573	1,461
Jeg OPPLEVER en positiv mental effekt (psyke, humør, konsentrasjon, overskudd m.m) av trening på SATS	-,529	,346	2,340	1	,126	,589	,299	1,160
Constant	2,211	1,900	1,355	1	,244	9,129		

Alle variabler (inkluderer kun respondenter som benytter seg av gruppetimer)

Omnibus Tests of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	50.508	24	.001
	Block	50.508	24	.001
	Model	50.508	24	.001

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	28.090 ^a	.524	.765

a. Estimation terminated at iteration number 10 because parameter estimates changed by less than .001.

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	2.405	8	.966

Classification Table^a

Observed		Predicted		Percentage Correct	
		Hva er ditt forhold til SATS? Nåværende medlem	Tidligere medlem		
Step 1	Hva er ditt forhold til SATS?	Nåværende medlem	48	2	96.0
		Tidligere medlem	4	14	77.8
Overall Percentage					91.2

a. The cut value is .500

Variables in the Equation

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
							Lower	Upper
Step 1 ^a Når jeg har et problem, OPPLEVER jeg at SATS viser en oppriktig interesse i å løse problemet	3.597	2.395	2.255	1	.133	36.470	.334	3987.765
Jeg OPPLEVER at SATS gir meg korrekt informasjon om tjenestene de tilbyr (gruppetimer, åpningstider m.m)	-3.151	2.310	1.860	1	.173	.043	.000	3.963
Jeg OPPLEVER at SATS gir meg rask kundeservice	-3.362	1.853	3.293	1	.070	.035	.001	1.309
Jeg OPPLEVER at ansatte ved SATS alltid er villig til å hjelpe meg	1.762	1.590	1.228	1	.268	5.822	.258	131.266
Jeg OPPLEVER at ansatte ved SATS alltid har tid til å hjelpe meg	.826	1.335	.383	1	.536	2.284	.167	31.233
Jeg OPPLEVER at de ansatte ved SATS er vennlig og får meg til å føle meg trygg	1.942	1.313	2.187	1	.139	6.970	.532	91.385
Jeg OPPLEVER at de ansatte ved SATS gir meg personlig (en til en) oppmerksomhet	-1.577	1.182	1.780	1	.182	.207	.020	2.095
Jeg OPPLEVER at ansatte ved SATS har god kompetanse til å svare på mine spørsmål	.598	.975	.376	1	.540	1.818	.269	12.296
Jeg OPPLEVER at SATS har åpningstider som er passende for meg	2.893	1.628	3.159	1	.076	18.044	.743	438.252

Jeg OPPLEVER at SATS har dyktige og engasjerende gruppeinstruktører	-4.576	2.292	3.986	1	.046	.010	.000	.920
Jeg OPPLEVER at SATS tilbyr et bredt utvalg gruppetimer	1.168	1.141	1.048	1	.306	3.214	.344	30.058
Jeg OPPLEVER at SATS tilbyr gruppetimer som er attraktive for meg	1.651	1.673	.974	1	.324	5.214	.196	138.488
Jeg OPPLEVER at SATS tilbyr gruppetimer på tidspunkter som passer meg	1.241	1.726	.517	1	.472	3.460	.118	101.835
Under gruppetimene hos SATS OPPLEVER jeg tilstrekkelig plass rundt meg slik at jeg får en god treningsopplevelse	.361	.728	.245	1	.620	1.434	.344	5.970
Jeg OPPLEVER at SATS har lokaler i nærheten av meg	-2.931	1.860	2.485	1	.115	.053	.001	2.041
Jeg OPPLEVER en behagelig temperatur og belysning i SATS sine lokaler	.151	1.523	.010	1	.921	1.163	.059	23.013
Jeg OPPLEVER at SATS sine lokaler er rene og godt vedlikeholdt	2.999	2.241	1.791	1	.181	20.067	.248	1621.827
Jeg OPPLEVER at SATS har oppdatert utstyr av høy kvalitet	.261	1.876	.019	1	.889	1.299	.033	51.315
Jeg OPPLEVER at SATS tilbyr et bredt og tilfredsstillende utvalg av utstyr	1.552	2.546	.372	1	.542	4.721	.032	693.155
Jeg OPPLEVER at SATS sine apparater er ledig når jeg ønsker å ta de i bruk	-.762	1.071	.506	1	.477	.467	.057	3.812
Jeg OPPLEVER at SATS sine apparater er ledig når jeg ønsker å ta de i bruk	-.762	1.071	.506	1	.477	.467	.057	3.812
Jeg OPPLEVER at min fysiske form blir forbedret etter treningen hos SATS	3.131	2.629	1.419	1	.234	22.896	.133	3955.350
Jeg OPPLEVER at SATS gir meg mulighet til å være sosial på trening	-1.094	1.093	1.002	1	.317	.335	.039	2.853
Jeg OPPLEVER at SATS stimulerer meg til motivasjon og egeninnsats	.715	.897	.636	1	.425	2.045	.352	11.874
Jeg OPPLEVER en positiv mental effekt (psyke, humør, konsentrasjon, overskudd m.m) av trening på SATS	-6.963	3.650	3.638	1	.056	.001	.000	1.211
Constant	-3.099	9.346	.110	1	.740	.045		

Akkumulert gap, kun obligatoriske spørsmål

Omnibus Tests of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	,409	1	,522
	Block	,409	1	,522
	Model	,409	1	,522

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	107,330 ^a	,005	,007

a. Estimation terminated at iteration number 3 because parameter estimates changed by less than ,001.

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	17,448	8	,026

Classification Table^a

Observed		Predicted		Percentage Correct	
		Hva er ditt forhold til SATS? Nåværende medlem	Tidligere medlem		
Step 1	Hva er ditt forhold til SATS?	Nåværende medlem	57	0	100,0
		Tidligere medlem	28	0	,0
Overall Percentage					67,1

a. The cut value is ,500

Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
								Lower	Upper
Step 1 ^a	Akkumulert_gap_obligatoriske_spm	,013	,020	,400	1	,527	1,013	,974	1,053
	Constant	-,616	,273	5,101	1	,024	,540		

a. Variable(s) entered on step 1: Akkumulert_gap_obligatoriske_spm.

Akkumulert gap, alle spørsmål (inkluderer kun respondenter som deltar på gruppetimer)

Omnibus Tests of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	1.088	1	.297
	Block	1.088	1	.297
	Model	1.088	1	.297

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	77.509 ^a	.016	.023

a. Estimation terminated at iteration number 4 because parameter estimates changed by less than .001.

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	11.057	8	.198

Akkumulert opplevd tjenestekvalitet

Omnibus Tests of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	1.746	1	.186
	Block	1.746	1	.186
	Model	1.746	1	.186

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	76.852 ^a	.025	.037

a. Estimation terminated at iteration number 4 because parameter estimates changed by less than .001.

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	2.665	7	.914

Classification Table^a

Observed		Predicted		Percentage Correct	
		Hva er ditt forhold til SATS? Nåværende medlem	Tidligere medlem		
Step 1	Hva er ditt forhold til SATS?	Nåværende medlem	50	0	100.0
		Tidligere medlem	17	1	5.6
Overall Percentage					75.0

a. The cut value is .500

Variables in the Equation

Step 1 ^a		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
								Lower	Upper
	Akkumulert_opplevd_tjenestekvalitet	-.018	.014	1.754	1	.185	.982	.955	1.009
	Constant	1.374	1.814	.574	1	.449	3.950		

a. Variable(s) entered on step 1: Akkumulert_opplevd_tjenestekvalitet.

Akkumulert opplevd tjenestekvalitet, kun obligatoriske variabler

Omnibus Tests of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	3.494	1	.062
	Block	3.494	1	.062
	Model	3.494	1	.062

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	185.019 ^a	.022	.032

a. Estimation terminated at iteration number 4 because parameter estimates changed by less than .001.

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	6.574	8	.583

Classification Table^a

Observed		Predicted		Percentage Correct
		Hva er ditt forhold til SATS? Nåværende medlem	Tidligere medlem	
Step 1	Hva er ditt forhold til SATS? Nåværende medlem	107	2	98.2
	Tidligere medlem	45	1	2.2
Overall Percentage				69.7

a. The cut value is .500

Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I. for EXP(B)	
								Lower	Upper
Step 1 ^a	Akkumulert_opplevd_tjenestekvalitet_obligatoriske_spm	-.022	.012	3.464	1	.063	.978	.955	1.001
	Constant	1.278	1.155	1.225	1	.268	3.589		

a. Variable(s) entered on step 1: Akkumulert_opplevd_tjenestekvalitet_obligatoriske_spm.

Krysstabell - Bruk av app x frafall

**Hvilke tjenester benytter du deg av hos SATS? Huk av alle du bruker:App * Hva er ditt forhold til SATS?
Crosstabulation**

Count

		Hva er ditt forhold til SATS?		Total
		Nåværende medlem	Tidligere medlem	
Hvilke tjenester benytter du deg av hos SATS? Huk av alle du bruker:App	false	64	40	104
	true	45	6	51
Total		109	46	155

Logistisk regresjon - alle bakgrunnsvariabler

Omnibus Tests of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	39.790	11	.000
	Block	39.790	11	.000
	Model	39.790	11	.000

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	148.723 ^a	.226	.322

a. Estimation terminated at iteration number 20 because maximum iterations has been reached. Final solution cannot be found.

Classification Table^a

Observed		Predicted		Percentage Correct	
		Hva er ditt forhold til SATS? Nåværende medlem	Tidligere medlem		
Step 1	Hva er ditt forhold til SATS?	Nåværende medlem	96	13	88.1
	Tidligere medlem	24	22	47.8	
Overall Percentage				76.1	

a. The cut value is .500

Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	Hvor lenge har du vært medlem/var du medlem hos SATS?	-.454	.195	5.410	1	.020	.635
	Hva er din alder?	.516	.441	1.367	1	.242	1.675
	Kjønn	-1.011	.538	3.535	1	.060	.364
	Hvilke tjenester benytter du deg av hos SATS? Huk av alle du bruker:Egentrening	20.869	14598.054	.000	1	.999	1.157E+9
	Hvilke tjenester benytter du deg av hos SATS? Huk av alle du bruker:Gruppetimer (eks. Spinning, Yoga, CrossFit)	.755	.557	1.835	1	.176	2.127
	Hvilke tjenester benytter du deg av hos SATS? Huk av alle du bruker: Build&burn/Performance/Hi-Yoga	1.480	.898	2.717	1	.099	4.391
	Hvilke tjenester benytter du deg av hos SATS? Huk av alle du bruker:Personlig trener	.598	.570	1.097	1	.295	1.818
	Hvilke tjenester benytter du deg av hos SATS? Huk av alle du bruker:Barnepass	-17.584	40192.970	.000	1	1.000	.000
	Hvilke tjenester benytter du deg av hos SATS? Huk av alle du bruker:App	-1.928	.594	10.525	1	.001	.146
	Hvor mange treningsøkter har du vanligvis per uke hos SATS?	-.586	.297	3.895	1	.048	.557
	Føler du deg motivert til egen innsats på trening?	.247	.342	.520	1	.471	1.280
	Constant	-18.571	14598.054	.000	1	.999	.000

Vedlegg 8: Spørreskjema

Survey om SATS

Hensikten med undersøkelsen

Formålet med undersøkelsen er å måle tjenestekvaliteten hos SATS, slik at de kan forbedre tilbudet og gi deg en bedre opplevelse.

Undersøkelsen er delt i to deler. I første del vil vi be deg svare på noen enkle spørsmål om deg og din bakgrunn. I andre del vil vi be deg ta stilling til en rekke påstander knyttet til SATS.

Takk for at du deltar!

Din identitet vil holdes skjult.

Når skjult identitet brukes i undersøkelser, vil ingen identifiserbar informasjon, som f.eks. nettlesertype og -versjon, IP-adresse, operativsystem eller e-postadresse, bli lagret med svaret. Dette er for å beskytte respondentens identitet.

1) * Hva er ditt forhold til SATS?

- Jeg er medlem
- Jeg har vært medlem, men byttet til et annet treningssenter
- Jeg har vært medlem, men valgte å slutte å trene på treningssenter
- Jeg har aldri vært medlem

2) * Hvor lenge har du vært medlem/var du medlem hos SATS?

- Under ett år
- 1-2 år
- 2-3 år
- 3+ år

3) * Hva er din alder?

- 20-24
- 25-29

4) * Kjønn

- Mann
- Kvinne
- Annet/vil ikke oppgi

5) * Hvilke tjenester benytter du deg av hos SATS? Huk av alle du bruker

- Egentrening
 - Gruppetimer (eks. Spinning, Yoga, CrossFit)
 - Build&burn/Performance/Hi-Yoga
 - Personlig trener
 - Barnepass
 - App
-

6) * Hvor mange treningsøkter har du vanligvis per uke hos SATS?

- Ingen 1-2 3-4 5-6 7 eller flere
-

7) * Føler du deg motivert til egen innsats på trening?

- Veldig motivert
- Litt motivert
- Litt umotivert
- Veldig umotivert
-

De følgende spørsmålene omhandler dine meninger om SATS

Det vi er interessert i her er hvorvidt dine **forventninger** til SATS samsvarer med dine **opplevelser** hos SATS. Svar i hvilken grad du er enige i de følgende påstandene.

1 = svært uenig 7 = svært enig

8) * Når jeg har et problem, **FORVENTER** jeg at SATS viser en oppriktig interesse i å løse problemet

- Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

9) * Når jeg har et problem, **OPPLEVER** jeg at SATS viser en oppriktig interesse i å løse problemet

- Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig
-

10) * Jeg **FORVENTER** at SATS gir meg korrekt informasjon om tjenestene de tilbyr (gruppetimer, åpningstider m.m)

- Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

11) * Jeg **OPPLEVER** at SATS gir meg korrekt informasjon om tjenestene de tilbyr (gruppetimer, åpningstider m.m)

- Svært uenig Uenig Litt uenig Verken uenig eller enig Litt enig Enig Svært enig
-

12) * Jeg **FORVENTER** at SATS gir meg rask kundeservice

- Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

13) * Jeg **OPPLEVER** at SATS gir meg rask kundeservice

- Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

14) * Jeg FORVENTER at ansatte ved SATS alltid er villig til å hjelpe meg

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

15) * Jeg OPPLEVER at ansatte ved SATS alltid er villig til å hjelpe meg

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

16) * Jeg FORVENTER at ansatte ved SATS alltid har tid til å hjelpe meg

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

17) * Jeg OPPLEVER at ansatte ved SATS alltid har tid til å hjelpe meg

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

18) * Jeg FORVENTER at de ansatte ved SATS er vennlig og får meg til å føle meg trygg

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

19) * Jeg OPPLEVER at de ansatte ved SATS er vennlig og får meg til å føle meg trygg

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

20) * Jeg FORVENTER at de ansatte ved SATS gir meg personlig (en til en) oppmerksomhet

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

21) * Jeg OPPLEVER at de ansatte ved SATS gir meg personlig (en til en) oppmerksomhet

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

22) * Jeg FORVENTER at ansatte ved SATS har god kompetanse til å svare på mine spørsmål

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

23) * Jeg OPPLEVER at ansatte ved SATS har god kompetanse til å svare på mine spørsmål

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

24) * Jeg FORVENTER at SATS har åpningstider som er passende for meg

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

25) * Jeg OPPLEVER at SATS har åpningstider som er passende for meg

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

26) Jeg FORVENTER at SATS har dyktige og engasjerende personlige trenere

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

27) Jeg OPPLEVER at SATS har dyktige og engasjerende personlige trenere

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

28) Jeg FORVENTER at SATS har dyktige og engasjerende gruppeinstruktører

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

29) Jeg OPPLEVER at SATS har dyktige og engasjerende gruppeinstruktører

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

30) Jeg FORVENTER at SATS tilbyr et bredt utvalg gruppetimer

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

31) Jeg OPPLEVER at SATS tilbyr et bredt utvalg gruppetimer

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

32) Jeg FORVENTER at SATS tilbyr gruppetimer som er attraktive for meg

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

33) Jeg OPPLEVER at SATS tilbyr gruppetimer som er attraktive for meg

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

34) Jeg FORVENTER at SATS tilbyr gruppetimer på tidspunkter som passer meg

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

35) Jeg OPPLEVER at SATS tilbyr gruppetimer på tidspunkter som passer meg

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

36) Under gruppetimene hos SATS FORVENTER jeg tilstrekkelig plass rundt meg slik at jeg får en god treningsopplevelse

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

37) Under gruppetimene hos SATS OPPLEVER jeg tilstrekkelig plass rundt meg slik at jeg får en god treningsopplevelse

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

38) * Jeg FORVENTER at SATS har lokaler i nærheten av meg

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

39) * Jeg OPPLEVER at SATS har lokaler i nærheten av meg

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

40) * Jeg FORVENTER en behagelig temperatur og belysning i SATS sine lokaler

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

41) * Jeg OPPLEVER en behagelig temperatur og belysning i SATS sine lokaler

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

42) * Jeg FORVENTER at SATS sine lokaler er rene og godt vedlikeholdt

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

43) * Jeg OPPLEVER at SATS sine lokaler er rene og godt vedlikeholdt

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

44) * Jeg FORVENTER at SATS har oppdatert utstyr av høy kvalitet

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

45) * Jeg OPPLEVER at SATS har oppdatert utstyr av høy kvalitet

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

46) * Jeg FORVENTER at SATS tilbyr et bredt og tilfredsstillende utvalg av utstyr

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

47) * Jeg OPPLEVER at SATS tilbyr et bredt og tilfredsstillende utvalg av utstyr

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

48) * Jeg FORVENTER at SATS sine apparater er ledig når jeg ønsker å ta de i bruk

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

49) * Jeg OPPLEVER at SATS sine apparater er ledig når jeg ønsker å ta de i bruk

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

50) * Jeg FORVENTER at min fysiske form blir forbedret etter treningen hos SATS

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

51) * Jeg OPPLEVER at min fysiske form blir forbedret etter treningen hos SATS

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

52) * Jeg FORVENTER at SATS gir meg mulighet til å være sosial på trening

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

53) * Jeg OPPLEVER at SATS gir meg mulighet til å være sosial på trening

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

54) * Jeg FORVENTER at SATS stimulerer meg til motivasjon og egeninnsats

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

55) * Jeg OPPLEVER at SATS stimulerer meg til motivasjon og egeninnsats

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

56) * Jeg FORVENTER en positiv mental effekt (psyke, humør, konsentrasjon, overskudd m.m) av trening på SATS

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig

57) * Jeg OPPLEVER en positiv mental effekt (psyke, humør, konsentrasjon, overskudd m.m) av trening på SATS

Svært uenig Uenig Litt uenig Verken enig eller uenig Litt enig Enig Svært enig