

# BAB I

## PENDAHULUAN

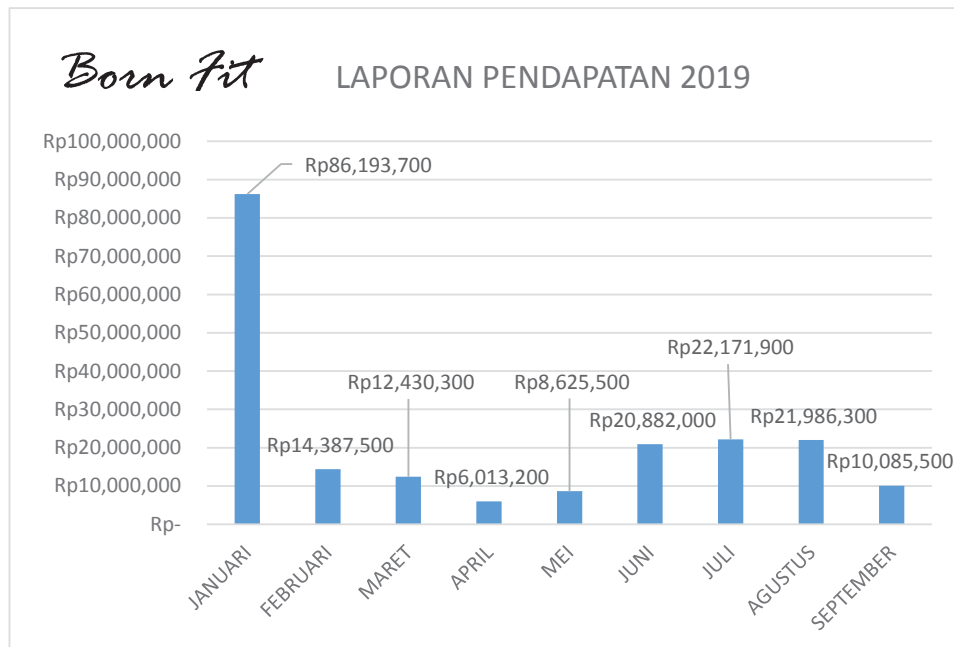
### 1.1 Latar Belakang

Beban pekerjaan di era metropolitan seperti Jakarta, kini semakin besar, waktu berolahraga pun jadi kian berkurang. Namun, menyediakan fasilitas olahraga di kantor dapat menjadi salah satu solusi Nitish (2017). Hal tersebut mendorong beberapa perusahaan untuk menyediakan fasilitas berolahraga yang lengkap, nyaman dan *fancy* sesuai dengan tuntutan perkembangan di era metropolitan. Selain itu meningkatnya minat berolahraga khususnya pada kalangan pekerja di perkotaan semakin menambah potensi bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan, seperti yang utarakan oleh Irawan Amanko, (2019) pada event *National Roadshow IFBC Expo 2019* menyebut bahwa industri kebugaran atau *fitness center* bakal semakin menjanjikan di tengah tren perkembangannya yang cukup positif. Faktor demografi dan tingginya kesadaran masyarakat untuk hidup sehat belakangan ini menjadi pemicunya.

Di Jakarta saat ini ada beberapa *fitness* dan gym yang diminati khususnya bagi para pekerja dari *fitness* yang belum diketahui banyak orang, hingga *fitness* yang sudah memiliki nama besar seperti *Fitness First*, *Gold Gym*, *Celebrity Fitness* termasuk *Born Fit*. Born Fit adalah sebuah tempat *fitness* yang berada di Gedung Menara Merdeka Jl. Budi kemuliaan 1 no.2 Thamrin Jakarta Pusat, Born Fit beroperasi sejak 02 Januari tahun 2014 dan menawarkan harga yang bersaing dengan segmen menengah ke atas. Born Fit yang memiliki slogan “Born To Be Fit” ini menyediakan fasilitas lengkap seperti area *fitness* dengan *design naturalis*, kolam renang, ruang sauna, ruang ganti yang nyaman dan adapun *activity class* seperti *Bootcamp*, *Crossfit*, *Zumba*, dan *Yoga class* yang bisa diikuti member setiap harinya.

Namun saat ini Born Fit mengalami penurunan pelanggan yang cukup signifikan hal ini dapat di tunjukan dengan data diagram berikut:

Gambar 1.1 Laporan Keuangan Born Fit



Sumber: Born Fit 2019, Tidak Dipublikasikan

Penurunan omset yang tajam terjadi dari bulan Januari ke Februari, setelah bulan Februari sampai saat ini Born Fit tidak mendapatkan peningkatan omset yang signifikan. Pihak pengelola sudah melakukan beberapa tindakan yang tujuannya adalah untuk mempertahankan pelanggan dan menambah pelanggan baru, termasuk diantaranya lebih memperhatikan layanan dan evaluasi harga agar memenuhi kepuasan dan loyalitas pelanggan, dengan harapan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Kualitas pelayanan menurut Lupiyoadi (2013:7) yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima yang artinya jika kenyataan melebihi dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan berkualitas dan sebaliknya.

Hal lain yang perlu dipertimbangkan adalah harga, dimana menurut Kotler (2012:410) harga adalah salah satu elemen baruan pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan

elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu.

Adapun aspek kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2014:355) evaluasi purnabeli antara persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak bisa memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan.

Apabila persepsi terhadap kinerja dapat terpenuhi maka yang terjadi adalah kepuasan pelanggan, dimana hal tersebut bisa menjadi loyalitas pelanggan. Seperti yang dinyatakan Kotler (2012:138) loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan?
3. Apakah harga berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen?
4. Apakah harga berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen?
7. Apakah harga berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditentukan, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
2. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan
3. Untuk mengetahui pengaruh langsung harga terhadap kepuasan pelanggan
4. Untuk mengetahui pengaruh langsung harga terhadap loyalitas pelanggan
5. Untuk mengetahui pengaruh langsung kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan
6. Untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen
7. Untuk mengetahui pengaruh langsung harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang di dapat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi ilmu pengetahuan  
Memberikan kontribusi berupa pemahaman mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.
2. Bagi perusahaan  
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Born Fit untuk meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggannya.
3. Bagi peneliti  
Untuk menambah pengetahuan dan wawasan peneliti mengenai kualitas pelayanan dan harga pada Born Fit Thamrin Jakarta Pusat Gedung Menara Merdeka.