BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Skateboard adalah sebuah olahraga menggunakan papan luncur yang akhir-akhir ini semakin diminati oleh anak muda. *Skateboard* juga dikategorikan sebagai aktivitas rekreasi, bentuk dari seni, sebuah profesi, serta alat transportasi. *Skateboard* sendiri mulai diperkenalkan sekitar akhir tahun 1940. *Skateboard* berasal dari California, Amerika Serikat yang terkenal dengan olahraga selancarnya. Pada jaman dahulu, disaat para peselancar di Amerika sudah bosan dan tidak sabar menunggu datangnya ombak besar, mereka pun memutar otak bagaimana caranya agar mereka bisa tetap berseluncur pada saat ombak laut sedang surut. Akhirnya, mereka melakukan sebuah eksperimen yang tak terduga. Mereka memasang komponen roda dari sepatu roda ke papan seluncur mereka sehingga mulai lahirlah permainan *skateboard*.

Awalnya, *Skaters* di Indonesia hanya bisa main di pinggir jalan, sampai akhirnya pemerintah mulai membuka mata dan memfasilitasi *Skaters* dengan pembangunan *Skatepark* di tempat umum. Ditambah saat Asian Games 2018 kemarin, *skateboard* jadi salah satu cabang kompetisi. *Skateboard* pertama masuk ke Indonesia pada 1976 oleh sekumpulan anak muda yang tinggal di daerah Menteng, Jakarta Pusat. Mereka adalah anak-anak dari negara barat yang tinggal di Indonesia. Mereka Sekolah di sana dan mengenal skateboard di sana kemudian saat kembali ke Jakarta, mereka membawa skateboard dan memainkannya di Jakarta.

Karena semakin banyak pemuda yang menyukai *skateboard*, industri pun merespon dengan timbulnya sejumlah toko *skateboard*, *Skatepark* pun mulai dibangun. Kompetisi tingkat nasional juga bermunculan. *Brand Fashion* dan *skateboard* tak tinggal diam, mereka mulai meng-endorse *Skateboarder professional*. Pada Tahun 1999, dibentuklah

Indonesian *Skateboarding Association* (ISA) untuk menaungi para skaters. ISA berkontribusi mengembangkan informasi dan membangun *skateboarding* di Indonesia. ISA menjadi bagian dari Persatuan Olah Raga Sepatu Roda Seluruh Indonesia (Perserosi). Pada awal tahun 2000an dikenang sebagai salah satu masa penting untuk skateboard Indonesia. Setiap tahun banyak sekali acara *skateboard*, baik yang tingkat lokal nasional maupun *internasional* yang digelar. *Skateboard* pun semakin ramai karena hubungannya yang erat dengan skena *underground*, musik, serta *streetwear*.

Di tahun inilah lahir nama-nama pro skaters Indonesia, antara lain Anthony Adam Caya atau dikenal sebagai Tony Sruntul. Pria kelahiran 1978 ini sudah menjuarai banyak kompetisi bergengsi. Ia kini mendirikan *Green Skateboard Lesson*. Dari pelatihannya inilah lahir dua *skaters* cilik berprestasi, Aliqqa Novvery dan Bunga Nyimas. Sejauh ini, puncak perjalanan skateboard Indonesia adalah di Asian Games 2018 kemarin. Sebanyak 4 medali berhasil disabet oleh 4 skaters: Bunga Nyimas, Jason Dennis Lijnzaat, Pevi Permana Putra, dan Sanggoe Dharma.

Indonesia sebagai negara berkembang pun juga mengalami hal ini, globalisasi dan kebudayaan luar seperti permainan *skateboard* yang masuk ke Indonesia memiliki pengaruh yang cukup signifikan tehadap kehidupan masyarakat Indonesia. Melihat kondisi tersebut menyebabkan munculnya pembisnis kecil maupun besar yang dapat dibuka dalam bidang *skateboard* untuk mendapatkan keuntungan dari masyarakat.

Toko *Skateboard* pertama di Jakarta yang bernama MSD sebagai distributor produk *skateboard* impor, lalu di Bandung juga ada yang bernama Hobbies yang masih menunjukkan eksistensi sejak 1989. Kemudian mulai bermunculannya *Skatepark* membuat peluang bisnis di bidang ini semakin diminati oleh beberapa orang hingga tersebarlah banyak *Skatepark* di kota-kota besar di Indonesia. Jakarta, merupakan lahan utama bagi tumbuhnya bisnis industri *Skatepark*, yang dimana menjadikan *skateboard*, Sepatu roda dan *Scooter* sudah menjadi olahraga, hobi, budaya, *fashion* atau rutinitas bagi para remaja di Jakarta (sereliciouz, n.d.).

Slipi *Skatepark* di kolong *flyover* Slipi, Jakarta Barat, nampak tidak terawat. Taman sekaligus arena untuk bermain *skateboard* ini dibangun sejak Oktober lalu namun kini sudah banyak yang rusak atau bolong. Dengan kondisi itu, sebagian *Skatepark* senilai Rp 800 juta tersebut justru sangat membahayakan bagi penggunanya. Tidak aneh kalau tidak semua bagian taman kini bisa dimanfaatkan. Lantai mulai rusak sejak dua bulan lalu. *Skateborder* sangat berharap Pemerintah Daerah DKI Jakarta merenovasi bagian-bagian *Skatepark* yang rusak. Karna, *Skatepark* tersebut selalu ramai pengunjung, khususnya saat *Weekend* (Adam Prireza, n.d.).

Elbricks *Skatepark* merupakan perusahaan jasa yang menyediakan tempat bermain *Skateboard* dan olahraga *Extreme* lainnya. Elbricks *skatepark* selalu mengutamakan kepuasan pelanggan prioritas utama dalam meningkatkan standar pelayanan di perusahaan tersebut. Kepuasan yang pelanggan dapatkan, berkaitan dengan Kualitas Pelayanan yang diberikan dari Elbricks *Skatepark*. Elbricks *Skatepark* memiliki beberapa *obstacle*, terdiri dari 2 *box*, 1 *bowl*, 1 *mini ramp*, 1 piramid dan 1 *ramp* utama. Elbricks *Skatepark* berdiri sejak 2019 yang berada di Jakarta Timur, yang merupakan salah satu *Skatepark* yang memiliki *standard Internasional*. Selain itu Elbricks *Skatepark* memiliki Sekolah *Skateboard* atau *Skateschool* yang diminati berbagai usia, mulai dari anak kecil hingga orang dewasa. Selain itu Elbricks *Skatepark* memiliki fasilitas seperti Cafe, Resto dan *Skateshop*. Sejak mulai beroperasi Elbrick *Skatepark* selalu memberikan sebuah pelayanan terbaik untuk para pelanggannya.

Harga menjadi salah satu faktor penting bagi para konsumen dalam membuat Keputusan Pembelian. Harga merupakan sebuah pengorbanan ekonomis yang dilakukan oleh seorang konsumen untuk memperoleh Produk atau jasa yang mereka inginkan. Harga merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi sebuah perusahaan Savitri & Wardana, (2018). Semakin mahal harga sewa *Skatepark* maka bisa dikatakan bahwa perlengkapan *Skatepark* tersebut memiliki kualitas yang lebih baik dari perlengkapan *Skatepark* lainnya. Dengan harga yang lebih murah dan sebaliknya, apabila harga dari sewa *Skatepark* lebih

murah maka kualitas yang ditawarkan tidak akan sebaik dengan perlengkapan *Skatepark* yang harganya lebih mahal. Namun kenyataannya, lebih banyak pelanggan yang memilih untuk sewa *Skatepark* dengan harga yang lebih murah untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen serta lokasi dari *Skatepark* itu mudah dijangkau.

Dalam perusahaan jasa *Skatepark* terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan dan tercapainya tujuan perusahaan salah satunya yaitu pelayanan. Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang diberikan oleh seorang pelayan kepada para pelanggan. Pelayanan yang diberikan untuk setiap pelanggan harus sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang telah ditetapkan perusahaan. Apabila pelayanan sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) akan menjamin sebuah proses pelayanan berjalan secara efisien maka pelanggan akan merasa puas serta loyal. Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari hasil penilaian pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan dalam bentuk barang/jasa. Namun belum diketahui apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga yang diberikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan, karena hal tersebut belum diteliti.

Berdasarkan latar belakang di atas mendorong penulis untuk mengambil judul Skripsi **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Elbricks *Skatepark*".**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah yang penulis amati pada Elbricks *Skatepark* antara lain:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Elbricks *Skatepark*?
2. Apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Elbricks *Skatepark*?

3. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Elbricks *Skatepark*?
4. Apakah Kualitas Pelayanan berpangaruh langsung terhadap Loyalitas Pelanggan Elbricks *Skatepark*?
5. Apakah Persepsi Harga berpengaruh langsung terhadap Loyalitas Pelanggan?
6. Apakah Kepuasan Pelanggan mampu memediasi Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Elbricks *Skatepark*?
7. Apakah Kepuasan Pelanggan mampu memediasi Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Elbricks *Skatepark*?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.
4. Untuk mengetahui pengaruh langsung Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.
5. Untuk mengetahui pengaruh langsung Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.
6. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Pelanggan memediasi Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.
7. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Pelanggan memediasi Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penulisan ini, penulis mengharapkan agar dapat bermanfaat secara:

1. Secara Teoritis

   Penulisan mengharapkan agar dapat memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan khususnya tentang analisis Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan pada Elbricks *Skatepark* untuk dikembangkan di kemudian hari.

2. Secara Praktis

   a. Bagi Perusahaan

      Hasil dari penulisan ini penulis mengharapkan dapat memberikan referensi bagi *Skatepark* khususnya Elbricks *Skatepark* Cipinang Jaya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan merek.

   b. Bagi Peneliti

      Manfaat dari penelitian ini penting bagi penulis untuk menambah ilmu, wawasan serta pengetahuan mengenai pemasaran di bidang jasa sewa lapangan *Skatepark*.