

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Pola hidup sehat kini telah menjadi tren, perbincangan hangat, bahkan menjadi kebutuhan hidup sehari-hari yang tidak terpisahkan. Dengan bertambahnya waktu senggang dan perubahan gaya hidup, tren tersebut menyebabkan pertumbuhan pasar khususnya di bidang olah raga dan kebugaran, serta peminat olah raga meningkat pesat dengan cepat .(Robustin, 2016)

Seiring bertambahnya usia dan semakin kompleksnya aktivitas kita, banyak penyakit yang muncul karena kurangnya kontrol dan pengetahuan tentang kesehatan dan kebugaran, sehingga menimbulkan kesadaran diri untuk mengubah gaya hidup kita, hidup dengan cara yang terbaik. Pentingnya olah raga sebagai kebutuhan sehari-hari, seseorang bisa membeli sesuatu dengan uang yang banyak namun kunci kebahagiaannya adalah kesehatan.

Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing (Veronika & Siswono, 2022)

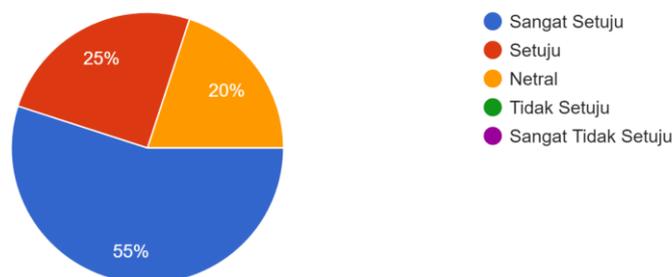
Saat ini semakin banyaknya fitness center yang ada di Kota Harapan Indah, dapat dilihat dari berdirinya FIT HUB Harapan indah, The platinum GYM, Body

Fit Station Harapan Indah, Harapan Indah Club, dan Central Fitness semakin ketat pula persaingan yang dihadapi para pemilik pusat kebugaran yang mengharuskan mereka melakukan berbagai inovasi dan promosi agar dapat menambah dan mempertahankan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu menciptakan dan mempertahankan customer experience, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan agar pelanggan dapat terus melakukan minat berkunjung kembali ke central fitness.

Dalam menghadapi situasi persaingan yang ketat tersebut, hal utama yang harus diperhatikan oleh manajemen fitness center adalah kepuasan konsumen, agar perusahaan dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar fitness center yang semakin besar. Perusahaan harus mampu mengidentifikasi dan menganalisis kebutuhan konsumen, hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh para konsumennya dan perusahaan juga harus berusaha untuk menghasilkan kinerja sebaik mungkin agar dapat memuaskan pelanggannya.

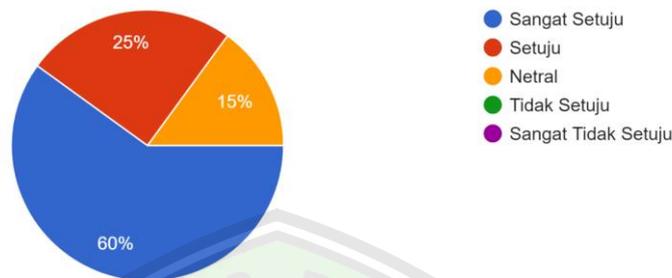
Apakah anda merasa bahwa central fitness memahami dan memenuhi kebutuhan anda dengan baik?

20 jawaban



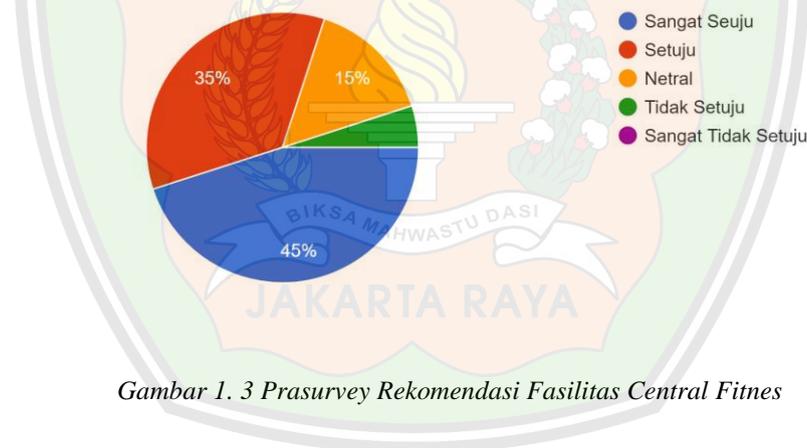
Gambar 1.1 Prasurvey kebutuhan central fitness

Apakah ada hal khusus yang membuat anda tertarik untuk kembali ke central fitness?
20 jawaban



Gambar 2. 2 Prasurvey Ketertarikan Terhadap Central Fines

Apakah ada fasilitas atau layanan khusus yang menurut anda layak direkomendasikan?
20 jawaban



Gambar 1. 3 Prasurvey Rekomendasi Fasilitas Central Fines

Berdasarkan hasil pra survey yang saya lakukan dengan menggunakan *Google form* sebagai metodenya dengan sampling 20 responden grafik menyatakan bahwa tingkat kepuasan pelanggan dicentral fitness mencapai 55% sangat setuju 25% setuju 20% netral untuk memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan baik , 60% sangat setuju 25% setuju 15% netral untuk hal yang membuat

pelanggan tertarik kembali ke central fitness, dan 45% sangat setuju 35% setuju 15% netral 5% tidak setuju untuk fasilitas atau layanan yang menurut pelanggan layak direkomendasikan.

Demi menjaga kelangsungan usaha di tengah-tengah persaingan bisnis yang sangat kompetitif, suatu perusahaan harus memberikan kepuasan kepada konsumennya, menurut (Rutjahan & Ismunandar, 2020). Fasilitas merupakan penyediaan perlengkapan-perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada tamu dalam melaksanakan aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, menurut (Rutjahan & Ismunandar, 2020)

Berdasarkan hasil diagram diatas penulis tertarik meneliti lebih jauh terkait pengaruh *Customer experience*, kepercayaan pelanggan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di central fitness. Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi media dalam memperluas ilmu dengan menghubungkan teori yang sudah ada dengan kenyataan yang sesungguhnya serta menambah wawasan penelitian dalam bidang pemasaran terutama mengenai kepuasan pelanggan.

Dalam memberikan kepuasan bagi pelanggan setiap fitness center menyajikan banyak keunggulan-keunggulan yang beranekaragam, hal ini sering mereka tonjolkan untuk menarik minat pelanggan terhadap alat-alat gym yg lengkap dan fasilitas yang tersedia seperti loker penyimpanan barang, toilet, hingga mushola, ditambah dengan suasana yang menyenangkan membuat orang betah berlama-lama disini, central fitness juga menyediakan kelas khusus seperti Yoga, Muay thai, Zumba, Aerobik yang bisa di ikuti.

Customer experience merupakan hal yang penting dalam bidang pemasaran, karena hal ini menentukan suatu kualitas dalam persaingan pasar yang sangat ketat (Dewi Maharani, 2022). *Customer experience* perlu menjadi perhatian para pengelola pusat kebugaran dalam memuaskan pelanggannya hingga tempat tersebut dapat teringat dibenak pelanggan. Pengalaman pelanggan perlu diperhatikan dari pengelola pusat kebugaran dalam ruangan memuaskan pelanggan sehingga tempat tersebut tetap terpatri dalam benak pelanggan dan membuat pelanggan ingin kembali lagi.

Untuk menciptakan sebuah pengalaman kualitas, central fitness berupaya mengaplikasikan *helpfulness* dari para pegawai central fitness. Para pegawai mereka menawarkan sikap siap membantu pelanggan jika diperlukan agar dapat terangsang emosi pelanggan dan berakhir pada kepuasan pelanggan. Selain itu, para pelanggan dirangsang dengan mengaplikasikan *value for time* dimana perusahaan menunjukkan kepedulian mereka dengan menghargai setiap waktu pelanggan.

Selanjutnya mereka akan mengaplikasikan *customer recognition*, dimana setiap pelanggan akan merasa diakui oleh central fitness. Para pelanggan akan disapa oleh pegawai ketika memasuki central fitness. Lalu, berlanjut pada *promise fulfillment* dimana central fitness bermain dengan kepercayaan pelanggan dalam memenuhi janji-janji mereka dalam melakukan perubahan menjadi lebih baik. Para pegawai central fitness diharuskan untuk *interest in problem solving* agar masalah-masalah pelanggan yang ada dapat segera terselesaikan. *Personalization* juga dibutuhkan agar pegawai central fitness dapat mengenali para pelanggan lebih dalam atau secara pribadi untuk menjalani hubungan.

Kualitas pelayanan yang diberikan central fitness memiliki perbedaan dengan tempat olahraga lainnya, salah satunya dengan kehandalan (*realibility*) central fitness dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan serta adanya 4 (empat) orang pelatih fitness, daya tanggap (*responsivenees*) untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat, kemudian kesopanan dan kemampuan pelatih fitness sebagai jaminan (*assurance*), serta central fitness memberikan perhatian yang tulus kepada pelanggan (*empaty*), fasilitas yang diberikan central fitness merupakan bagian bentuk fisik (*tangible*) dari kualitas pelayanan yang menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan keseluruhan sikap yang ditunjukkan pelanggan atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya (Efit Usvela et al., 2019).

Menurut Kristian & Sugiharto (2018), mengungkapkan bahwa loyalitas merupakan komitmen pelanggan yang bertahan untuk membeli kembali atau berlangganan kembali sebuah produk atau jasa di masa depan secara konsisten.

Loyalitas Pelanggan didefinisikan sebagai ikatan/komitmen yang dipegang kuat oleh konsumen untuk membeli lagi dan berlangganan lagi suatu produk atau jasa di masa yang akan datang. Loyalitas yang tinggi dapat dibangun melalui tingkat kepuasan yang tinggi.

Berdasarkan kajian diatas mengenai loyalitas pelanggan melalui *coustemer experience*, kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan dengan *research gap* dalam penelitian ini menunjukkan adanya hubungan terkait yang akan menjadi bahan pertimbangan dan dapat mempengaruhi pelanggan dalam kepuasan pelanggan. Maka dari itu, penelitian terkait untuk mengangkat

penelitian yang berjudul **“pengaruh *customer experience*, kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan”**

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang materi penelitian yang telah disampaikan di atas, maka rumus masalah yang dapat disimpulkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *customer experience* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan central fitness?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan central fitness?
3. Apakah *customer experience* berpengaruh melalui kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan central fitness?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan central fitness?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan central fitness?
6. Apakah *customer experience* mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan central fitness?
7. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan central fitness?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh pada *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh pada kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *customer experience* melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
6. Untuk mengetahui pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.
7. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, pembahasan mengenai perumusan masalah dalam penelitian dan juga tujuan dari penelitian, maka dapat dijelaskan mengenai manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang pemasaran terkhusus mengenai pengaruh *customer experience*, kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan dalam menetapkan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan dalam dunia kerja yang sesungguhnya.

2. Bagi Central Fitness

Kepada central fitness yang bersangkutan agar dapat menggunakan bahan penelitian ini sebagai bahan pertimbangan agar lebih memperhatikan strategi *customer experience*, kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan yang lebih efektif dan optimal untuk mencapai tujuan bisnis yang baik.

3. Bagi Universitas

Dapat menambah informasi dan referensi universitas khususnya fakultas ekonomi dan bisnis sebagai bahan acuan atau pertimbangan penelitian selanjutnya terakait pengaruh *customer experience*, kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuassan pelanggan.

Bab 1 Pendahuluan

Pada bab ini menjelaskan dan menjabarkan mengenai latar belakang masalah penelitian yang akan diteliti beserta research gap untuk menemukan kebaharuan penelitian ini, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

Bab 2 Telaah Pustaka

Pada bab ini terdiri dari kajian teori yang menguraikan mengenai pembahasan-pembahasan teori masing-masing variabel, teori penelitian telaah teoritis dan telaah empiris atau penelitian terdahulu yang digunakan sebagai tinjauan atau landasan dalam menganalisis penelitian ini sebagai bahan acuan kebaharuan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yang dikemukakan dalam kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

Bab 3 Metode Penelitian

Bab ini berisikan desain penelitian, populasi dan sampel yang digunakan, jenis dan sumber data, populasi, sampel, waktu dan tempat penelitian, definisi operasional variabel dan skala pengukuran, kemudian metode analisis data dan uji hipotesis penelitian.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan tentang hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian. Hasil analisis data merupakan penjelasan dari hasil data yang telah diteliti dari penelitian ini.

BAB 5 PENUTUP

Pada bab ini berisikan mengenai tentang kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang dilakukan dan kesimpulan merupakan rangkuman dari hasil analisis dalam penelitian ini

