BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin pesat mulai tingginya permintaan akan sarana olahraga serta tingginya kesadaran akan kesehatan sebagai gaya hidup masyarakat modern, kini mulai bermunculan berbagai jenis perusahaan jasa dan bisnis penyedia sarana fasilitas olahraga dengan sangat lengkap yang berbasis di bidang kesehatan dan olahraga.

Dahulu masyarakat kesulitan untuk dapat menemukan tempat yang menyediakan segala sarana olahraga yang berfasilitas lengkap, mudah dan praktis, terdapat berbagai jenis latihan, lebih konsentrasi pada pembentukan tubuh dan penurunan berat badan serta tentunya suasana olahraga yang menyenangkan.

Dengan bergabung menjadi membership pada fitness center yang ternama kini sedang menjadi trending dan minat yang tinggi bagi masyarakat, terutama dikalangan para remaja. Terdapat banyak faktor yang menyebabkan para pelanggan memutuskan untuk bergabung menjadi membership di pusat-pusat olahraga ternama. Salah satunya terdiri dari kualitas pelayanan, harga dan fasilitas.

Faktor kualitas pelayanan menjadi salah faktor untuk dapat memikat hati para membership untuk bertahan dan menunjukkan kepuasan atas apa

yang telah diberikan. Kualitas merupakan titik awal dalam merebut pangsa pasar sehingga tingkat kepuasan tidak hanya perlu dipertahankan tetapi juga harus ditingkatkan untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu menggerakkan, mengatur dan mengkoordinasikan kegiatan dari berbagai kelompok tenaga profesional, semi profesional dan tenaga non profesional yang ada sehingga dapat mencapai tujuan yang telah direncanakan, terfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan harus disertai dengan pemantauan terhadap kebutuhan dan keinginan yang bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor (Maulana, 2016). Rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan tentu akan berdampak pada menurunnya jumlah *membership* yang meninggalkan *fitness center* tersebut. Dengan berlandaskan kurang atau menurunnya kualitas pelayanan yang diberikan tentu menjadi pukulan yang besar bagi manajemen pemasaran perusahaan.

Faktor lain yang dapat memenuhi kepuasan di dalam benak hati pelanggan adalah harga. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan tingkat perekonomian para pelanggan yang menjadi target pasar perusahaan, agar para pelanggan dapat membeli barang atau jasa yang disediakan oleh perusahaan.

Alasan ekonomis akan menunjukkan bahwa harga yang rendah atau harga yang selalu berkompetisi merupakan salah satu pemicu penting untuk meningkatkan kinerja pemasaran, tetapi alasan psikologis dapat

menunjukkan bahwa harga justru merupakan indikator kualitas yang dirancang sebagai salah satu instrument penjualan sekaligus sebagai instrument kompetisi yang menentukan.

Perusahaan harus memperhatikan apa yang diinginkan konsumen, yaitu membayar harga yang sepadan dengan nilai yang diperoleh (*Value of money*). Sementara yang diinginkan perusahaan adalah mendapatkan laba semaksimal mungkin, tetapi jika harga yang di tetapkan oleh sebuah perusahaan tidak sesuai dengan manfaat produk, maka hal ini dapat enurunkan tingkat kepuasaan pelanggan dan sebaliknya jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan sesuai dengan manfaat yang diterima maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Disamping kualitas pelayanan yang baik, penetapan harga yang tepat bagi para pelangan, faktor fasilitas juga turut berperan dalam menjaring konsumen dan tentunya menjadi salah satu ujung tombak bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa pelayanan, dengan tersedianya segala fasilitas yang dibutuhkan oleh para pelanggan tentunya akan menimbulkan rasa puas atas apa yang telah diberikan sesuai dengan harapan para pelanggan.

Semakin lengkap fasilitas yang diberikan oleh pihak perusahaan maka pelanggan akan semakin merasa puas dan ia akan memilih kembali perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas yang tersedia. Oleh karena itu jasa merupakan kinerja dan tidak dapat dirasakan sebagaimana barang, maka pelanggan

cenderung memperhatikan fakta-fakta yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti kualitas.

Kepuasan pelanggan menjadi hal yang harus diutamakan oleh perusahaan demi keberlangsungan usahanya. Untuk memenuhi kepuasan, perusahaan selalu memperhatikan faktor -faktor bauran pemasaran seperti kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas yang di tawarkan agar dapat berkualitas. Menyadari akan peranan pelanggan dan pengaruh kepuasannya, perusahaan wajib untuk terus berupaya mencari cara yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Oleh karena itu perusahaan yang khususnya bergerak di bidang jasa dituntut secara terus-menerus untuk memperhatikan kinerjanya melalui kualitas pelayanan, harga dan fasilitas yang tersedia agar dapat memberikan kepuasan dan memenuhi segala kebutuhan baik sarana dan prasarana kepada setiap para pelanggannya. Mengenal setiap kebutuhan dan keinginan pelanggan akan memahami karakteristik maupun bagaimana perusahaan untuk dapat menumbuhkan kepuasan atas apa yang dirasakan oleh para pelanggan yang nantinya akan memunculkan keinginan untuk kembali mengunjungi dan menggunakan jasa perusahaan tersebut secara terus-terus.

Fitness First merupakan salah satu perusahaan jasa yang berfokus sebagai pusat kebugaran terbesar di dunia dan termasuk di Indonesia yang pertama kali didirikan pada tahun 1993 di kota pinggiran pantai sebagai

tempat peristirahatan terkenal yaitu Boumemouth, Dorsset. Berbeda dengan pusat kebugaran lainnya *Fitness First* tetap mengedapankan filosofi sebagai pondasi perusahaannya yaitu memberikan pengalaman yang terbaik melalui peralatan, variasi kelas, staff pengajar dan memberikan motivasi secara personal untuk membantu tiap membership yang ada.

Dengan selalu melakukan variasi dan inovasi *Fitness First* selalu siap membantu setiap individu untuk merubah pola hidup menjadi lebih baik dan peduli akan kesehatan dan kebugaran tubuh bagi seluruh masyarakat Indonesia. Fitness First Platinum merupakan club dengan kualitas yang memumpuni didukung oleh fasilitas yang lengkap, kualitas pelayanan yang sangat baik dan tentunya di banderol dengan harga yang berbeda dengan club *Fitness First* yang bukan berlebel platinum

Tabel 1.1

Top Brand Awards Fitness Center 2012 - 2016

NO.	Merek	TBI				
		2012	2013	2014	2015	2016
1.	*Celebrity Fitness*	24,9%	29,7%	28,1%	26,4%	28,8%
2	*Gold's Gym*	14,2%	11,3%	19,3%	10,3%	11,6%
3.	*Fitness First*	10,6%	5,6%	7,2%	9,0%	5,2%
4.	Atlas	4,9%				
5.	Ade Rai Fitness	2,3%				2,6%
6.	Mayura	4,0%	8,8%	3,4%	5,3%	

Sumber : Top Brand Awards, 2016

Dapat dilihat pada table di atas menjelaskan bahwa bahwa faktor kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama dalam mencapai kepuasan pelanggan pada kasus ini seperti kurang cekatannya para *front desk* dalam menanggapi pelanggan, tidak sigapnya para personal trainer dalam membantu para pelanggan dan kurangnya personal trainer dalam memberikan perhatian secara individu terhadap para pelanggan. mengakibatkan *Fitness First Platinum* di Grand Indonesia kurang diminati oleh para pelanggan dan kalah bersaing dengan perusahaan yang bergerak dibidang yang sama.

Pada tahun 2012 *Fitness First* berhasil menduduki peringkat ketiga dijajaran *fitness center* dengan TBI sebesar 10,6%. Namun pada tahun 2013 *Fitness First* mengalami penurunan yang sangat signifikan dengan berada di peringkat terakhir dengan TBI sebesar 5,6% dan di tahun 2014-2015 *Fitness First* kembali menunjukkan eksistensinya dengan kembali berada di peringkat ketiga terbukti dari data di atas menunjukan bahwa *Fitness First* mulai mengalami peningkatan yang sangat signifikan dengan memperoleh TBI sebesar 7,2% dan 9,0%.

Akan tetapi, pada tahun 2016 *Fitness First* merosot jauh dengan hanya memperoleh TBI sebesar 5,2% lebih rendah dibanding tahun 2012 dan tentunya dengan penurunan yang terjadi ini menjadi fokus masalah bagi perusahaan sebesar *Fitness First* dan selalu berada di bawah dua perusahaan besar lainnya yang bergerak di bidang yang sama.

Tabel 1.2

Daftar Harga Fitness Center Tahun 2016

NO.	***Fitness Center***	***Single Club***	***All Club***
1.	*Celebrity Fitness*	Rp. 460.000/bln	Rp. 580.000/bln
2.	*Gold's Gym*	Rp. 470.000/bln	Rp. 545.000/bln
3.	*Fitness First Platinum Grand Indonesia*	Rp. 692.000/bln	Rp. 750.000/bln

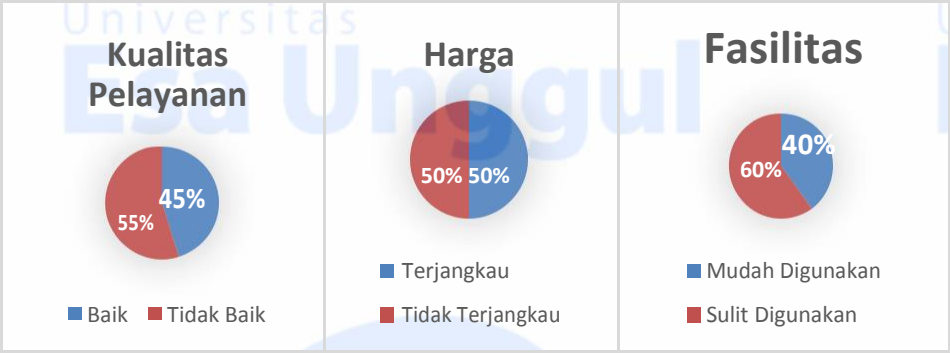
Sumber : Olah Data Peneliti, 2016

Daftar harga yang didapat menunjukkan bahwa *Fitness First Platinum* memiliki harga yang relative mahal dan tidak semua lapisan masyarakat untuk mampu menjangkaunya. Dengan tarif Rp. 692.000/bln para pelanggan hanya dapat membeli paket *single club* dan Rp. 750.000/bln untuk dapat menikmati fasilitas *Fitness First Platinum* di seluruh Indonesia. Tentu penetapan harga yang kurang tepat dan akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan yang bergabung dengan *Fitness First Platinum* di Grand Indonesia.

Fasilitas yang lengkap dan memberikan segala kebutuhan pelanggan akan berdampak kepuasan yang dirasa. Namun kemudahan dalam menggunakan fasilitas, kurangnya informasi menggunakannya tentu akan menimbulkan rasa kekecewaan bagi para pelanggan. Dalam hal ini dapat ditunjukkan dengan data joiners yang selalu berkurang disetiap bulannya.

Dalam penelitian ini, diadakan pra survei yang diadakan pada tanggal 24 Februari dengan tujuan untuk mengetahui penilaian pelanggan terhadap *Fitness First Platinum* di Grand Indonesia, Jakarta Pusat. Kuesioner

tersebut memuat pertanyaan mengenai kualitas pelayanan, harga dan fasilitas yang tersedia di *Fitness First Platinum* di Grand Indonesia, Jakarta Pusat. Adapun hasil pra survei disajikan sebagai berikut :



Gambar 1.1

Hasil Pra Survei Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas di Fitness First Platinum di Grand Indonesia, Jakarta Pusat

Dari gambar 1.1 dapat dilihat bahwa hasil dari pra survei mengenai variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa sebanyak 9 orang (45%) menyatakan *Fitness First Platinum* di Grand Indonesia kualitas pelayanan tidak baik, sedangkan 11 orang (55%) lainnya menyatakan kualitas pelayanan Fitness First Platinum di Grand Indonesia tidak baik.

Dapat dilihat bahwa hasil dari pra survei mengenai variabel harga di Fitness First Platinum di Grand Indonesia menunjukkan bahwa sebanyak 10 orang (50%) menyatakan Harga yang ditetapkan terjangkau, dan sebanyak 10 orang (50%) menyatakanharga yang ditetapkan tidak terjangkau. Mengenai variabel fasilitas dari Fitness First Platinum di Grand Indonesia menunjukkan sebanyak 8 orang (40%) menyatakan fasilitas Fitness First Platinum di Grand Indonesia mudah untuk digunakan, sedangkan sebanyak 12 orang (60%) menyatakan Fitness First

Platinum di Grand Indonesia sulit untuk digunakan. Hal ini juga disebabkan oleh faktor kurangnya informasi yang kurang diterima oleh para pelanggan. Pelanggan masih sering mendapatkan kualitas pelayanan yang kuran baik, penetapan harga yang kurang terjangkau dan penggunaan fasilitas yang sulit bagi para pelanggan. Fitness First Platinum di Grand Indonesia, Jakarta Pusat masih kurang memperhatikan faktor kualitas pelayanan, harga dan fasilitas.

Tabel 1.3

Fitness First Indonesia Region 1 Juli - September 2016

NO.	Club	Opening And Closing Membership								Total Joiners
		Juni		Juli		Agustus		September		
1.	FFP Kemang Village	2836	2831	2831	2883	2883	2939	2939	2976	160
2.	FF Cibubur Junction	1828	1829	1829	1851	1851	1886	1886	1909	81
3.	FFP Grand Indonesia	3305	3322	3322	3357	3357	3376	3376	3361	57
4.	FF Pejaten Village	1986	1987	1987	2013	2013	2011	2011	2007	20
5.	FF Plaza Semanggi	2582	2572	2572	2554	2554	2538	2538	2513	-69

Sumber : *Fitness First Indonesia*,2016

Pada table di atas merupakan bukti penghitungan angka setiap pelanggan yang bergabung (*Joiners*) yang dilakukan setiap awal bulan (*Opening*) sampai akhir bulan (*Closing*) di 5 club yang masuk dalam daftar Indonesia *Region* 1 dan menjelaskan bahwa disetiap bulannya setiap club mengalami penaikan serta penurunan yang berbeda-beda dan fluktuatif yang berlandaskan kepada kepuasan pelanggan. Pada bulan juli, *Fitness First Platinum* di Grand Indonesia berhasil mendapatkan pelanggan yang bergabung sebanyak 17 *joiners* dan hasil ini semakin meningkat di bulan selanjutnya dengan mendapatkan 35 *joiners*.

Prestasi yang bagus tidak dapat dipertahankan pada bulan agustus dengan hanya mendapatkan 20 *joiners* dan semakin terpuruk pada bulan september *Fitness First Platinum* di Grand Indonesia tidak berhasil menambah total *joiners* bahkan harus kehilangan *joiners* sebanyak 15 *joiners*. Dengan demikian *Fitness First* di Grand Indonesia hanya berhasil mengumpulkan total 57 *joiners* dalam waktu 4 bulan dan jauh tertinggal jauh dengan beberapa club lainnya dengan puas berada di posisi ketiga dalam *Fitness First Indonesia Region* 1.

Hal ini menunjukan kepuasan pelanggan terhadap *Fitness First Platinum* di Grand Indonesia mengalami fluktuatif pada setiap bulannya. Dengan selalu meningkatkan kualitas pelayanan, melakukan penetapan harga yang lebih sesuai, penyediaan fasilitas yang lebih lengkap dan mudah untuk digunakan menjadi kunci utama perusahaan dalam berprestasi memberikan pelayanan kesehatan dan kebugaran.

Berdasarkan permasalahan diatas judul penelitian ini adalah sebagai berikut : **"Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan *Fitness First Platinum* (Studi Kasus Di Club Grand Indonesia, Jakarta Pusat)"**

1.2. Identifikasi Masalah Dan Pembatasan Masalah

1.2.1.Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Semakin tingginya kesadaran akan kesehatan dan keinginan untuk memiliki tubuh atletis serta bergabung di *fitness center* ternama dibenak masyarakat Indonesia terutama kalangan anak muda, namun tidak diiringi dengan kemudahan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga kurang menunjukan rasa puas dan kenyamanan dihati pelanggan.
2. Harga yang relative mahal untuk dapat dijangkau oleh masyarakat Indonesia membuat para pelanggan memiliki pertimbangan untuk bergabung pada *fitness center* ternama lainnya dengan harga yang lebih terjangkau.
3. Masih kurangnya manfaat yang dirasakan oleh pelanggan dan kemudahan dalam menggunakan fasilitas yang tersedia untuk kebutuhan para pelanggan baik dalam bentuk sarana dan prasarana sehingga menimbulkan kekecewaan dan sikap kurang senang atas apa yang telah disediakan.

1.2.2.Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, Untuk menghindari penyimpangan dan agar pembahasan menjadi lebih terarah maka penulis membatasi masalah sebagai berikut :

1. Penulis hanya berfokus pada kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan *Fitness First Platinum* di Grand Indonesia.

2. Penulis melakukan studi kasus di *Fitness First Platinum* Grand Indonesia, Jakarta Pusat.

1.3.Perumusan Masalah

Berdasarkan masalah penelitian tersebut maka dimunculkan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Fitness First Platinum* di Grand Indonesia, Jakarta Pusat?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Fitness First Platinum* di Grand Indonesia, Jakarta Pusat?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Fitness First Platinum* di Grand Indonesia, Jakarta Pusat?
4. Apakah kualitas pelayanan, harga dan fasilitas secara bersama sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Fitness First Platinum* di Grand Indonesia, Jakarta Pusat?
5. Faktor manakah yang paling dominan antara kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan *Fitness First Platinum* di Grand Indonesia, Jakarta Pusat?

1.4.Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :.

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Fitness First Platinum* di Grand Indonesia.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Fitness First Platinum* di Grand Indonesia, Jakarta Pusat.
3. Untuk mengetahui apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Fitness First Platinum* di Grand Indonesia, Jakarta Pusat.
4. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, harga dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Fitness First Platinum* di Grand Indonesia, Jakarta Pusat.
5. Untuk mengetahui faktor manakah yang paling dominan antara kualitas pelayanan, harga dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Fitness First Platinum* di Grand Indonesia Jakarta Pusat.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait yaitu :

1.5.1.Bagi Penulis

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan *Fitness First Platinum* di Grand Indonesia.

1.5.2.Bagi Pembaca

Penelitian ini dijadikan bahan referensi atau tambahan bacaan khusus untuk mengembangkan ilmu-ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Dan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang selanjutnya dapat dijadikan dasar masukan bagi penelitian selanjutnya.

1.5.3.Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan *Fitness First Platinum* di Grand Indonesia dalam rangka menemukan kunci strategi kualitas pelayanan, penetapan harga tepat agar dapat dijangkau seluruh masyarakat Indonesia dan pengadaan fasilitas yang eksklusif dan terbaik agar mencapai pada tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi di *Fitness First Platinum* di Grand Indonesia**.**