

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat baik bisnis yang bergerak di bidang manufaktur maupun juga yang bergerak dalam bidang jasa dan perkembangan perekonomian secara menyeluruh yang diiringi dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan menciptakan sebuah persaingan yang semakin ketat dan tajam baik di pasar domestic maupun di pasar Internasional (Manurung,2000) dan untuk dapat memperoleh keunggulan dalam persaingan tersebut maka perusahaan harus mampu memenuhi kepuasan pelanggannya dengan strategi yang sesuai dengan jasa yang ia tawarkan. Adapun kepuasan pelanggan dapat di penuhi perusahaan salah satunya melalui pelayanannya dengan demikian setiap perusahaan harus mampu memenuhi kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan yang di berikan.

Dewasa ini sektor jasa telah mengalami perkembangan yang sangat pesat seperti yang terjadi pada industry jasa perhotelan, asuransi, perbankan, penerbangan, pariwisata, telekomunikasi serta yang bidang jasa lainnya demikian juga pada industry jasa kesehatan maupun sarana peningkatan kesehatan agar usaha tersebut bisa berkembang dan terus bertahan di perlukan pengetahuan tentang kualitas pelayanan pelanggan yang baik.

Semakin tingginya tingkat pendidikan masyarakat menyebabkan masyarakat semakin sadar akan pentingnya sebuah kualitas. Masyarakat cenderung menuntut pelayanan yang baik dan cepat termasuk di dalam memilih tempat atau sarana untuk meningkatkan kesehatan mereka berupa tempat fitness dan secara tidak langsung hal ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat bukan hanya sesama tempat fitness akan namun juga dengan para instruktur fitness tersebut yang sangat sedikit jumlahnya dan banyak para pemiilik tempat fitness yang menyadari hal tersebut sehingga mau tidak mau mereka harus mewujudkan kepuasan para pelanggan tersebut dalam berbagai strategi agar dapat mempertahankan pelanggannya.

Sesuai dengan fungsinya sarana peningkatan berupa tempat fitness dituntut untuk bisa memberikan pelayanan yang berkualitas jasa tinggi yaitu pelayana yang dapat memenuhi kebutuhan dan harapan para pelanggan pengguna tempat fitness tersebut dan sarana kesehatan tempat fitness sebagai penyedia jasa kesehatan diharapkan juga dapat memenuhi keinginan para pelanggannya dengan penyediaan berbagai fasilitas berupa alat giym baru serta adanya berbagai program program baru yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan para pelanggan yang berkualitas di fitness first tersebut. Parasuraman et al.(1991) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah perbandingan antara pelayanan yang diharapkan konsumen

dengan pelayanan yang di terimanya dan dengan kata lain apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan oleh para pelanggan tempat fitness tersebut maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan dan jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan para pelanggan maka kualitas pelayanan di persepsikan sebagai kualitas ideal akan tetapi sebaliknya jika pelayan yang di terima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pengguna dan berakhir pada tanggapan pengguna. Tanggapan pengguna terhadap kualitas pelayanan itu sendiri merupakan penilaian menyeluruh terhadap keunggulan suatu pelayanan.

Model kualitas pelayanan yang populer dan hingga saat ini masih banyak dijadikan acuan dalam berbagai penelitian adalah model serqual (*service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, zeithaml dan berry. Serqual yang dijadikan acuan untuk mengukur kualitas pelayana adalah dengan: Keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*empathy*) dan bukti langsung (*tangibles*).

Fitness First Plaza Semanggi sebagai sarana untuk meningkatkan kesehatan dalam memberikan pelayanannya berpedoman pada dimensi dimensi yang di tetapkan dalam serqual namun demikian penerapan dimensi serqual tidak langsung menjamin kepuasan para pelanggan dalam menggunakan sarana tempat fines tersebut untuk hal itu maka masih diperlukan pengentahuan tentang penerapan serqual pada Fitness First Plaza Semanggi agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan para pelanggannya.

Selain meningkatkan kualitas pelayan jasa yang diberikan kepada para pelanggannya sarana tempat fitness juga harus memikirkan tentang harga pelayanannya. Harga yang di tetapkan oleh pengelola haruslah tepat atau sesuai dengan kualitas dan fasilitas yang tersedia dan juga harus sesuai dengan keinginan para pelanggan dengan kata lain harus tepat di mata para pelanggannya karena harga yang tidak sesuai atau terlalu mahal malah akan membuat pelanggan pindah ke tempat fitness yang lain. Tempat fitness merupakan sarana untuk meningkatkan kesehatan dan kebugaran tubuh para pelanggannya yang menjadi pilihan masyarakat padas saat sekarang ini khususnya masyarakat menengah ke atas dank arena itu harga yang ditetapkan pada umumnya terjangkau sesuai kemampuan ekonomi para pelanggannya dan apabila harga terlalu maka akan membuat para pelanggan akan mengeluh dan harga yang mahal juga akan membuat para pelanggan meningkatkan harapan terhadap kualitas layanan yang akan mreka terima semakin baik. Jika harapan tersebut tidak dapat dipenuhi oleh pemilik dan pengelola tempat fitness maka para pelanggan akan kecewa dan akan mencari tempat fitness yang lainnya.

Kotler (2002) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja. Engel (1990) dalam Tjiptono (2000) menyatakan

bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternative yang di pilih sekurang kurangnya sama atau melampaui harapan sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Kepuasan dan ketidakpuasan terjadi ketika pelanggan melakukan evaluasi atas harapan dengan hasil yang diterimanya. Beberapa pakar dan hasil penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa faktor penentu kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan dan harga.

Tjiptono (2012) mengungkapkan bahwa kualitas mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Dan Kotler (2002) menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayan menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan dan juga mendukung harga yang lebih tinggi serta biaya yang rendah oleh sebab itu program peningkatan kualitas (*quality assurance*) pada perusahaan dalam bidang jasa biasanya juga meningkatkan profitabilitas perusahaan tersebut.

Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang akan diterima perusahaan dengan tercapainya kepuasan pelanggan yang tinggi yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektifitas dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell, 1992).

Adanya aduan dari calon konsumen Fitness First Plaza Semanggi di media detik.com pada tanggal 16 Mei 2008 yang sampai hari ini belum ada tanggapan dari pihak terkait perihal kualitas pelayanan pada saat konsumen akan menjadi *member* pada fitness fist tersebut yang pada akhirnya calon konsumen tersebut membatalkan niatnya menjadi *member* di karenakan kualitas pelayanan yang kurang baik yang di tunjukkan oleh bagian pemasarannya.

Fitness First Plaza Semanggi secara tidak langsung mengakui adanya persaingan yang sangat ketat diantara tempat fitness maka pemilik dan pengelola dengan cepat memutuskan untuk menentukan tempat kegiatan operasional tempat fitness tersebut bertempat di Plaza Semanggi Jakarta Selatan hal ini sesuai dengan teori dan konsep bauran pemasaran (*The 7ps Marketing mix*) seluruh rincian kegiatan perusahaan dalam memasarkan produknya baik berupa barang maupun jasa tercakup semua dalam bauran pemasaran dan marketing mix ini mencakup identitas dari suatu produk yang di tawarkan oleh produsen ke konsumen baik itu fisik hingga atribut atribut lain yang menyertainya yaitu : *Place, Price, Product, promotion, people, process* dan *physical evidence* dengan lebih mengedepankan place yang berlokasi di Plaza Semanggi Jakarta Selatan yang mempunyai kesan dimasyarakat untuk golongan menengah ke atas namun secara pelayanan pengelola Fitness First Plaza Semanggi tidak serta merta menetapkan harga yang terlalu mahal

kepada parapelanggannya namun harga yang di tetapkan oleh pengelola Fitness First Plaza Semanggi di sesuaikan dengan fasilitas-fasilitas yang ada serta di sesuaikan juga harapan dan kepuasan para pelanggannya.

Berikut ini data harga pesaing yaitu Celebrity fitness (Celfit) sebagai pembanding dengan harga di fitness first semanggi:

Tabel 1.1

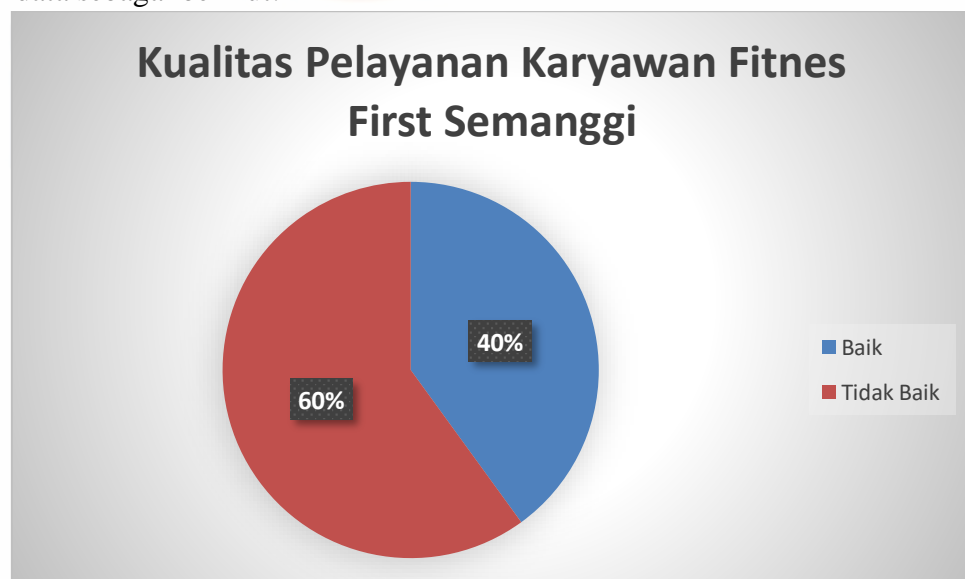
Daftar Harga Tempat Fitness

No	Jenis	Celebrity Fitness	Fitness First
1	Seluruh Jabodetabek	899.000	999.000
2	Seluruh Indonesia	799.000	899.000
3	Satu tempat	699.000	782.000
5.	Total Biaya <i>member</i> dalam Sebulan	699.000	782.000

Sumber : Brosur fitness First dan Celebrity Fitness,2019

Berdasarkan tabel 1.1 tersebut dapat di ketahui bahwa harga di Fitness First lebih mahal dari tempat fitness yang satu tingkatan dengannya yaitu Celebrity Fitness dan hal ini menjadi permasalahan di benak konsumen bahwasanya Celebrity Fitness merupakan tempat fitness yang berada di urutan pertama tetapi pada kenyataan harganya lebih murah daripada Fitness First.

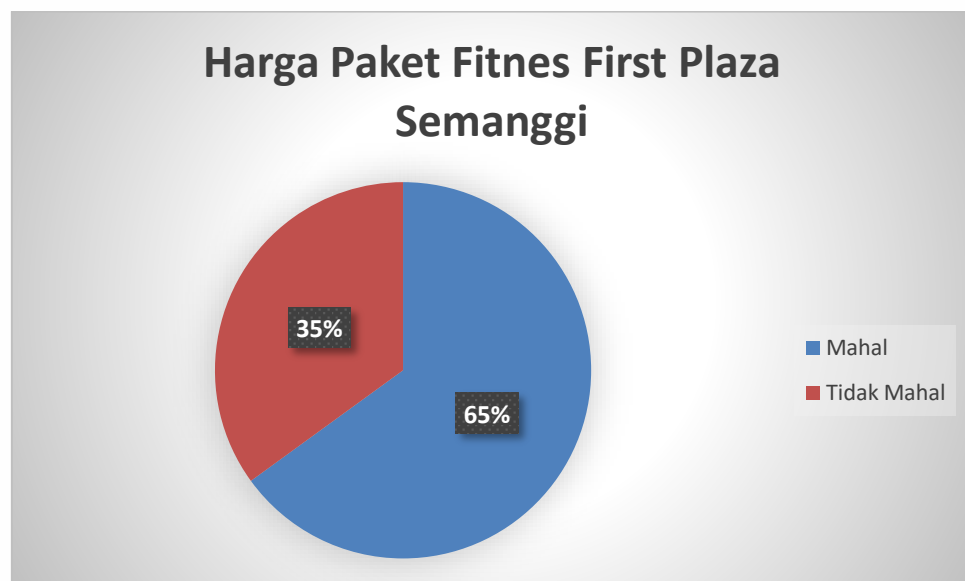
Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan berdasarkan pra survey yang dilakukan kepada 20 responden pelanggan Fitness First Plaza Semanggi Jakarta Selatan dan di berikan pertanyaan terbuka melalui faktor faktor apa saja yang mempengaruhi kualitas pelayanan maka di peroleh data sebagai berikut:



Sumber : diolah peneliti 2019

**Gambar 1.1. Data Kualitas Pelayanan**

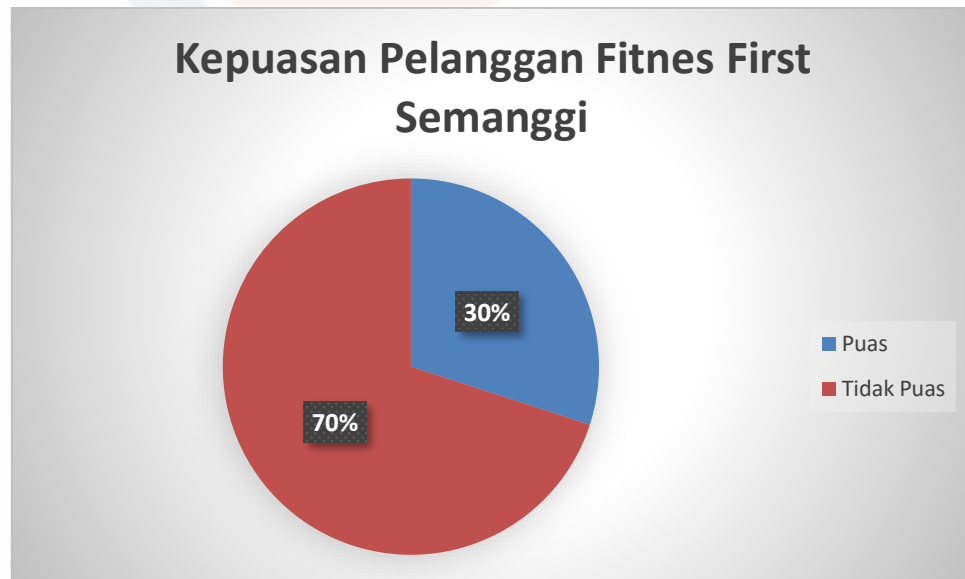
Dapat dilihat pada gambar 1.1 di ketahui bahwa jumlah pelanggan Fitness First Plaza Semanggi yang menjadi responden *prasurvey* yang dilakukan peneliti dimana sebanyak 20 responden dari segi kualitas pelayanan 8 atau 40% responden menyatakan bahwa kualitas pelayanan di Fitness First Plaza Semanggi Jakarta Selatan menyatakan baik dengan berbagai pelayanan yang diberikan oleh pengelola Fitness First Plaza Semanggi baik berupa pelayanan para karyawannya serta pelayanan para instruktur fitnessnya dan lain sebagainya dan 12 orang atau 60 % menyatakan tidak baik dengan segala kualitas pelayanan yang diberikan oleh Fitness First Plaza Semanggi



Sumber : diolah peneliti 2019

**Gambar 1.2. Data Harga**

Dapat dilihat pada gambar 1.2 di ketahui bahwa jumlah pelanggan Fitness First Plaza Semanggi Jakarta Selatan yang menjadi responden *prasurvey* yang dilakukan peneliti dimana sebanyak 20 responden dari harga yaitu 13 atau 65% responden menyatakan bahwa harga di Fitness First Plaza Semanggi menyatakan Mahal dalam artian sesuai antara harga dengan fasilitas dan tempat yang ada di dalam Fitness Firtst Semanggi tidak sesuai dengan biaya yang mereka keluarkan dan 7 orang atau 35 % menyatakan tidak mahal dalam artian antara harga dengan fasilitas dan tempat yang ada itu sesuai berdasarkan biaya yang dikeluarkan oleh mereka dan dibandingkan dengan kepuasan yang mereka rasakan terhadap pelayanan, infrastur lainnya.



Sumber : diolah peneliti 2019

### Gambar 1.3. Kepuasan Pelanggan

Dapat dilihat pada gambar 1.3 di ketahui bahwa jumlah pelanggan Fitness First Plaza Semanggi Jakarta Selatan yang menjadi responden *prasurvey* yang dilakukan peneliti dimana sebanyak 20 responden dari segi kualitas pelayanan 6 atau 30% responden menyatakan puas dengan kualitas pelayanan di Fitness First Plaza Semanggi termasuk dengan berbagai pelayanan yang diberikannya termasuk infrastruktur yang ada didalamnya seperti peralatan gym dan lain sebagainya dan 14 orang atau 70 % menyatakan tidak puas dengan kualitas pelayanan di Fitness First Plaza Semanggi baik dari segi pelayanan dan pra sarana infrastrukturnya.

Berdasarkan uraian diatas dan hasil *prasurvey* yang dilakukan peneliti di ketahui faktor faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan antara lain di sebabkan oleh pelayanan yang baik (*service excellent*) dan nyamannya para pelanggan (*customer confidence*) dan faktor faktor yang mempengaruhi harga seperti tingkat kemampuan pelanggan serta kepuasan pelanggan dengan biaya yang di kelurkannya dan faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan berupa pelayanan yang ramah, tempat yang bersih dan fasilitas infrastruktur yang mendukung.

Dari faktor faktor tersebut kualitas pelayanan dan harga menjadi faktor utama loyalitas pelanggan. Terkait dengan latar belakang tersebut maka peneliti mengangkat masalah penelitian ini dengan judul : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada Fitnes First Plaza Semanggi Jakarta Selatan)**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas peneliti dapat mengidentifikasi masalah–masalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan Fitnes First Plaza Semanggi Jakarta Selatan yang belum optimal sehingga masih terjadinya ketidakpuasan dari pelanggan yang akan berpengaruh kepada loyalitas pelanggan.
2. Masih adanya keluhan dari pelanggan terkait kualitas pelayanan Fitnes First Plaza Semanggi Jakarta Selatan sehingga mengurangi image perusahaan di benak para pelanggan dan akan berpengaruh kepada loyalitas pelanggan.
3. Harga yang di tetapkan oleh pihak Fitness First Plaza Semanggi lebih mahal daripada harga pesaing sehingga para pelanggan beralih ke tempat yang lebih murah, hal ini akan berpengaruh kepada loyalitas pelanggan.
4. Adanya penetapan harga yang di keluhkan oleh pelanggan Fitnes First Plaza Semanggi Jakarta Selatan sehingga para pelanggan tidak bisa melakukan penawaran harga dan hal ini akan berpengaruh kepada loyalitas pelanggan.
5. Adanya persaingan harga yang kurang wajar sesama tempat fitness di area tersebut dan jumlah pelanggan Fitness First masih relatif sedikit sehingga akan berpengaruh kepada loyalitas pelanggan.
6. Kepuasan pelanggan yang masih jauh dari ekspektasi yang diharapkan sehingga masih adanya keluhan dan complain dari pelanggan Fitness First Plaza semanggi yang akan berpengaruh kepada loyalitas pelanggan.
7. Adanya ketidak puasan dari pelanggan terkait dengan fasilitas dan pelayanan Fitnes First Plaza Semanggi Jakarta Selatan sehingga adanya pelanggan yang pindah ke tempat fitness yang lain dan hal ini akan berpengaruh kepada loyalitas pelanggan.

## 1.3 Batasan Masalah

Gejala dengan latar belakang dan identifikasi masalah diatas terlihat komprehensifnya masalah maka penulis membatasi masalah tersebut yang sejalan dengan fenomena yang diangkat. Dalam Kaitannya dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan dan harga Terhadap Loyalitas pelanggan Melalui Pada Fitnes First Plaza Semanggi Jakarta Selatan.

Tujuan dilakukan batasan masalah guna spesifikasi, fokus dan kajian analisa dapat dilakukan berdasarkan apa yang menjadi permasalahan utama dalam penelitian ini, yaitu:

1. Penelitian ini dibatasi hanya pada konsumen Fitnes First Plaza Semanggi yang beralamat di Plaza Semanggi Jalan Jendral Sudirman Jakarta Selatan.
2. Penelitian ini hanya pada masalah Kualitas pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening Pada Fitnes first Plaza Semanggi Jakarta Selatan.

#### 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan Identifikasi diatas maka peneliti dapat menarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Fitnes First Plaza Semanggi Jakarta Selatan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Fitnes First Plaza Semanggi Jakarta Selatan?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Fitnes First Plaza Semanggi Jakarta Selatan?
4. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas Pelanggan Fitnes First Plaza Semanggi Jakarta Selatan?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Fitnes First Plaza Semanggi Jakarta Selatan?
6. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Fitnes First Plaza Semanggi Jakarta Selatan?
7. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Fitnes First Plaza Semanggi Jakarta Selatan?

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Fitnes First Plaza Semanggi Jakarta Selatan
2. Untuk menguji harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Fitnes First Plaza Semanggi Jakarta Selatan
3. Untuk menguji kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Fitnes First Plaza Semanggi Jakarta Selatan
4. Untuk menguji harga berpengaruh terhadap loyalitas Pelanggan Fitnes First Plaza Semanggi Jakarta Selatan
5. Untuk menguji kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Fitnes First Plaza Semanggi Jakarta Selatan
6. Untuk menguji kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Fitnes First Plaza Semanggi Jakarta Selatan
7. Untuk menguji harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Fitnes First Plaza Semanggi Jakarta Selatan

#### 1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi instansi  
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada pihak Fitnes First Plaza Semanggi Jakarta Selatan berupa informasi empiris yang dapat di



gunakan sebagai:

- a. Bahan evaluasi dan pertimbangan bagi pimpinan dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan.
  - b. Dasar perencanaan di masa yang akan datang dalam hal kebijakan penetapan biaya harga bagi para pelanggan
2. Bagi karyawan  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang lebih kepada karyawan sehingga menambah semangat bekerja menjadi lebih baik.
  3. Manfaat bagi peneliti  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang lebih mengenai runga lingkup manajemen pemasaran secara nyata khususnya mengenai pengaruh kualitas pelayan, harga dan kepuasan pelanggan.
  4. Bagi Akademisi  
Dengan penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai acuan dalam penelitian serupa dimasa yang akan datang, di dalam dan di luar lingkungan Universitas Esa Unggul Citra Raya.
  5. Bagi Masyarakat  
Penelitian ini diharapkan dapat mendapatkan informasi tentang Pengaruh Kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada masyarakat.