

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Memiliki badan dan berat badan yang ideal sangat di dambakan oleh setiap orang. Dengan berolah raga teratur merupakan salah satu cara untuk mewujudkannya .Olahraga bisa di lakukan dimana saja dan kapan pun. Bisa dilakukan di rumah , taman/ lapangan atau juga bisa menjadi salah satu member *fitnes*. Olahraga secara teratur menjadikan badan sehat dan berat tubuh ideal, kuncinya jangan malas dan disiplin latihan. Di era globalisasi ini,tempat *fitnes* sudah tersebar luas dimana mana dengan beragam fasilitas yang di berikan. Ada beberapa *gym* di Jakarta yang sudah tidak asing lagi namanya dan memiliki beribu ribu *member* seperti dari *Gold gym*, *Celebrity fitness* dan *Fitness First*. Selain itu juga *gym* tidak hanya bertempat di hotel hotel bahkan sekarang ini *gym* juga sudah ada di ruko perkantoran dengan berbagai fasilitas yang di berikan.

Menyadari bahwa semakin banyak tempat *fitness* dan minat masyarakat untuk sehat serta berpenampilan menarik maka *Clark Hatch Fitnes Center* (CHFC) hadir dengan membawa tujuan untuk mempromosikan kebugaran yang merupakan bagian penting dari kehidupan. CHFC berharap dapat terlibat dalam membantu orang lain menyadari hal tersebut, dengan demikian CHFC telah mencapai tujuannya. Dan untuk mempertahankan tujuan tersebut CHFC

mempromosikan kebugaran tersebut dan terus mengoperasikan pusat pusat kebugaran yang menguntungkan bagi masyarakat sekitar.

*Clark Hatch Fitness Center* didirikan pada tahun 1965 oleh Mr. Clark Hatch yang sering di sapa Mr. Hatch. Beliau adalah mantan salah satu militer AS yang membuka pertama kali tempat *fitness* di daerah Azzabu , daerah bergensi di Tokyo. Klub tersebut menjadi tempat yang terpopuler di masa itu dan hanya orang-orang kelas atas yang menikmati fasilitasnya pada saat itu. Dan tahun berikutnya *Mr. Hatch* membuka di Negara-negara lain seperti China, Malaysia, Singapore dan Indonesia. Di Indonesia CHFC terletak di jalan MH. Thamrin , Jakarta Pusat berdiri sejak tahun 2000. Pada tahun tersebut anggota yang terdaftar sebanyak 180 orang dan 60% diantaranya adalah *member* wanita. Seiring dengan berjalannya waktu , pada tahun 2017 member CHFC yang tercatat sebanyak 778 orang yang terdiri dari 323 wanita dan 455 pria yang terdaftar dan aktif melakukan latihan *fitnes*. CHFC merupakan satu-satunya tempat *fitness* yang beroperasi selama 24 jam setiap harinya dan terletak di pusat kota Jakarta. Inilah yang membedakan CHFC dengan *fitness* lainnya. Selain itu CHFC juga bertempat di Hotel bintang 5 sehingga menjadi salah satu daya tarik konsumen pengguna jasa *fitness*.

CHFC adalah satu satunya tempat *fitnes* di Jakarta yang buka 24 jam. Tempat *fitness* lain hanya beroperasi paling lambat jam 22:00 WIB . Menurut salah satu member CHFC tempat *fitness* yang berkelas adalah CHFC. Hal inilah yang menjadi tolak ukur bahwa CHFC memiliki kesan yang baik di benak pengguna jasa *fitness*.

**Tabel.1.1****Daftar pengunjung Clark Hatch Fitness Center tahun 2017**

Bulan	Jumlah Pengunjung	Kenaikan	%
Januari	4,860		
Februari	4,480	-380	-7,82
Maret	4,620	140	3,12
April	4,800	180	3,90
Mei	4,350	-450	-9,37
Juni	4,740	390	8,96
Juli	5,070	330	6,96
Agustus	4,800	-270	-5,32
September	5,177	377	7,85
Oktober	4,770	-407	-7,86
November	4,898	128	26,83
Desember	4,350	-548	-11,19
Jumlah	56,915	-510	8,96
Rata-rata	4,743	- 42,5	0,75

Sumber : *Customer service Clark Hatch Fitness Center, 2017*

Dari data diatas menunjukkan bahwa rata-rata pengunjung selama tahun 2017 mengalami penurunan sejumlah 42,5 orang dibulatkan menjadi 43 orang atau 0,75 %. Penurunan tersebut menunjukkan bahwa kepuasan member CHFC rendah. Alasannya biasanya member akan melakukan berulang-ulang berolahraga untuk menjadikan badan yang atletis atau tujuan lainnya. Dengan beberapa member yang menurun menunjukkan bahwa tingkat kualitas layanan CHFC kurang memuaskan. Selain itu banyaknya *complaint* seperti yang ditunjukkan pada tabel 1.2 juga menunjukkan masih rendahnya kualitas pelayanan CHFC.

**Tabel 1.2**  
**Daftar complaint *Member Clark Hatch Fitness Center***

No	<i>Complaint</i>
1	Kurang luasnya <i>aerobic room</i>
2	Kunci loker yang hanya 50 saja membuat <i>member</i> menjadi ngantri untuk mendapatkan kunci loker.
3	<i>Receptionist</i> tidak <i>friendly</i> .
4	<i>Tredmil</i> yang jumlahnya kurang sehingga harus ngantri untuk memakainya
5	Terkadang di hari <i>weekdays</i> ada beberapa <i>member</i> tidak mendapatkan handuk.

Sumber: Hasil wawancara pribadi ke beberapa member fitness CHFC, 2017

**Tabel 1.3**  
**Jumlah *Member Clark Hatch Fitness Center* Tahun 2017**

Bulan	Jumlah	Kenaikan	%
Januari	38		
Februari	68	30	78,9
Maret	42	-26	-38,2
April	53	11	26,2
Mei	34	-19	-55,9
Juni	37	3	8,8
Juli	79	42	113,5
Agustus	105	26	32,9
September	78	-27	-34,6
Oktober	95	17	21,8
November	88	10	10,5
Desember	61	-27	-30,7
Total	778	40	133,2
Rata - rata	64,8	3,3	11,1

Sumber: Customer Service CHFC, 2017

Dari tabel 1.3 menunjukkan bahwa jumlah member naik pada bulan Juli sampai bulan November dibandingkan dengan bulan-bulan sebelumnya. Menurut *Customer service* CHFC yang di temui, pada bulan tersebut terdapat harga spesial sehingga terjadi peningkatan *member* yang melakukan registrasi. Selain itu harga yang ditawarkan CHFC juga masih terjangkau di bandingkan

dengan harga *gym* lain yang memiliki fasilitas yang sama. Harga yang diberikan CHFC sangat terjangkau di bandingkan dengan harga *competitor* lainnya. Sehingga terjadi lonjakan *member* pada bulan-bualn tersebut. Selain harga , cara pembayarannya pun mudah bisa menggunakan kartu kredit tanpa *charge* sehingga memudahkan *member* untuk membayar. Biasanya pembayaran dengan menggunakan kartu kredit pada tempat fitness lain dilakukan *autodebit* perbulannya sehingga member sulit untuk menghentikannya walaupun member tidak ingin mempergunakan *membership*nya kembali. Namun pada CHFC pembayaran melalui kartu kredit tanpa *charge* dan tidak *autodebit* sehingga jika member tidak ingin memperpanjang atau cuti dari *membership*nya bisa dengan mudah.

Dengan adanya masalah tersebut diatas maka Penulis mengangkat tema “Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan member melalui citra merek pada industri jasa kebugaran”, karena peneliti ingin mengetahui apakah *member Clark Hatch Fitnes Center* merasa puas dengan kualitas pelayanan ,dan harga yang di berikan sehingga mereka tetap akan melakukan *rejoining member*

## **1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah Rumusan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Dalam dunia industri jasa ,tingkat pelayanan sangat di utamakan maka setiap perusahaan menghindari *complaint* dari para pelanggannya. Dengan kualitas pelayanan yang baik dan harga yang terjangkau sehingga jumlah *member* CHFC menjadi meningkat dan tentunya kepuasan pelanggan akan terpenuhi .

Beberapa masalah yang terjadi pada CHFC adalah sebagai berikut:

1. Adanya *complaint* dari member mengenai fasilitas CHFC yang kurang karena meningkatnya jumlah *member*.
2. Adanya *complaint* dari member mengenai karyawan kurang *unfriendly* terhadap beberapa *member*.
3. Harga yang terjangkau dengan fasilitas bintang 5 membuat peningkatan jumlah *member* yang *join*.

Dengan masalah- masalah diatas maka akan mempengaruhi tingkat kepuasan *member*,namun seiring dengan *complaint* tersebut jumlah *member* juga menjadi meningkat. Hal tersebut yang menjadi perhatian khusus manajemen CHFC.

### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Sehubungan dengan luasnya masalah yang berkaitan dengan masalah pokok maka peneliti di batasi oleh :

1. Fasilitas yang kurang seimbang dengan jumlah *member*
2. Harga spesial yang di berikan oleh *Clark Hatch* sehingga menimbulkan *member* yang mau bergabung dengan *Clark Hatch*.
3. Tingkat kualitas pelayanan yang kurang maksimal dengan banyaknya *member complaint*

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti merumuskan beberapa masalah yang akan di teliti secara lebih mendalam. Rumusan masalah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi citra merek *Clark Hatch Fitness Center* ?
2. Apakah harga mempengaruhi citra merek *Clark Hatch Fitness Center*?
3. Apakah citra merek mempengaruhi kepuasan *member Clark Hatch Fitness Center*?
4. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan *member Clark Hatch Fitness Center* melalui citra merek?
5. Apakah harga mempengaruhi kepuasan *member Clark Hatch Fitness Center* melalui citra merek?

#### **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap citra merek CHFC.
2. Mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap citra merek CHFC.
3. Mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan *member* melalui citra merek CHFC
4. Mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan *member* melalui citra merek CHFC.

5. Mengetahui apakah citra merek mempengaruhi kepuasan *member* CHFC.

#### 1.4.2 Manfaat Penulis

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat bagi penulis

Untuk menambah pengetahuan penulis mengenai manajemen pemasaran terutama tentang pengaruh kualitas pelayanan dan *promotion* terhadap kepuasan pelanggan.

2. Manfaat bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi lebih lanjut terkait dengan kepuasan *member* yang melalui kualitas layanan, *promotion* dan *complaint handling* yang di terapkan oleh CHFC , sehingga dapat menjadi masukan bagi Perusahaan untuk lebih baik dalam perkembangannya. Selain itu penelitian ini juga bisa di jadikan referensi bagi CHFC dalam menyusun strategi pemasaran terbaik dalam mencapai tujuan perusahaan.

3. Manfaat bagi Universitas Esa Unggul

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi oleh peneliti yang akan datang dengan topik dan tema yang sama.