

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan bisnis yang dinamis seiring dengan semakin meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk dan jasa untuk memenuhi segala kebutuhannya. Demi menjaga kelangsungan usaha suatu perusahaan harus memberikan kepuasan bagi konsumennya. Perusahaan dapat menjadi pemenang bisnis apabila mampu mengambil banyak pelanggan. Perusahaan harus mengetahui hal-hal apa yang harus dianggap penting oleh konsumen dan perusahaan berusaha untuk meningkatkan kinerja sebaik mungkin, sehingga dapat memuaskan konsumen.

Engel, et al dalam Tjiptono<sup>1</sup> menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan pelanggan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen. Kepuasan atau ketidakpuasan terjadi ketika konsumen melakukan evaluasi atas harapan dengan kinerja atau hasil yang diterimanya.

Perusahaan harus mampu merebut hati pasar sasarannya untuk mencapai volume penjualan tertentu agar tetap bertahan atau mengembangkan usahanya dalam industri yang sudah dipilihnya. Kondisi seperti ini kepuasan konsumen

---

<sup>1</sup>Fandy Tjiptono, 2007, Strategi Pemasaran. Edisikedua, penerbit Andi, Yogyakarta. Hal 146

mempunyai peranan yang cukup penting bagi perusahaan. Karena secanggih atau sebagus apapun produk yang dihasilkan oleh perusahaan, jika konsumen tidak menyukainya, baik karena terlalu mahal atau terlalu rumit dalam penggunaannya, maka produk tersebut tidak ada artinya.

Meningkatnya kepuasan konsumen, akan meningkat pula kecenderungan konsumen untuk kembali menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Kondisi ini akan berdampak pada performa bisnis perusahaan. Peningkatan jumlah konsumen menjadi asset yang sangat berharga bagi perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas.

Pentingnya peningkatan kepuasan konsumen juga berlaku pada industri jasa *Fitness* seperti *Fitness Views* Bandung. Memberikan kepuasan kepada konsumen adalah faktor terpenting, dimana konsumen semakin bersifat kritis dalam memilih perusahaan jasa *Fitness* barang mana yang akan digunakan. *Fitness Views* Bandung merupakan tempat *Fitness* dengan konsep siapa aja bisa untuk *Fitness* disini, baik dari kalangan remaja, dewasa dan orang tua. Konsep ini berbeda dari tempat *Fitness* yang rata-rata hanya dikhususkan bagi orang dewasa yang ingin membentuk badannya tetapi tempat *Fitness Views* ini lebih menekankan pada tempat olahraga untuk menyehatkan badan. *Fitness views* juga tidak lepas dari persaingan dengan penyedia sesama jasa *fitnes* yang berada di sekitarnya, antara lain dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 1.1: Daftar Pesaing Fitnes**

No	Nama Tempat Fitnes	Jumlah Member
1	Sosi sport Center	1200
2	Fitness Views	600
3	Powergym	480
4	Lidra Fitnes	400
5	Joegym	400

Sumber : Wawancara langsung

*Fitness View* merupakan bagian dari manajemen CV Pimnaditama yang mengelola beberapa bidang usaha yaitu *fitnesview*, *terrace cafe* dan *rossanview guest house*. *Fitness View* beralamat di Jl. SersanBajuri No 98 Setiabudhi Bandung. Pada saat awal beroperasi *Fitness View* mempunyai 17 orang pegawai yang terdiri dari 3 *cleaning service*, 2 orang *reception*, 11 *personal trainer* dan 1 manajer. Jenis pelayanan yang diberikan oleh *Fitness View* antara lain:

1. Member yang baru mendaftar dapat konsultasi dalam program latihan dan nutrisi/makanan walau tanpa harus membayar personal trainer
2. Gratis cek lemak bagi setiap member yang terdaftar
3. Untuk kualitas alat-alat *Fitness* sudah memakai alat yang bagus yang merupakan produk yang di impor dari luar/buatan luar negeri dan sisannya buatan dalam negeri dengan perbandingan 70 persen buatan luar negeri, 30 persen local. Alat yang dipakai juga merupakan dari produk merek terkenal yaitu *impulse*, *plamax*, yang memang banyak dipakai untuk alat-alat *Fitness*.
4. Para member juga dibantu untuk peregangan sebelum latihan dan juga pendinginan sesudah latihan

5. *Fitness View* menyediakan air panas, loker, sauna, tv cable, handuk untuk mandi dan air minum
6. *Fitness View* terletak di atas bukit sehingga member dapat melihat pemandangan kota Bandung yang berbeda dari tempat *Fitness* lain yang biasanya berlokasi di dalam gedung dan ruangan yang tertutup.
7. Di *Fitness View* juga tersedia susu suplemen untuk member yang ingin membelinya, tentunya dengan harga yang lebih murah
8. Kebersihan tempat *Fitness* yang setiap hari dibersihkan oleh petugas
9. Tersedianya P3K apabila terjadi insiden yang tidak diharapkan pada saat latihan.
10. Memberikan diskon bila pembayaran lebih dari 1 bulan dengan rincian 3 bulan 15%, 6 bulan 25%, dan 12 bulan 30%, dan juga ada paket buat grup.
11. Personal trainer di *Fitness View* merupakan lulusan dari sekolah olahraga yang memang ahli di bidang olahraga.
12. Tersedianya tempat parkir untuk kendaraan roda 4 dan roda 2
13. Gratis latihan percobaan untuk yang pertama kali mau mendaftar

Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Irawan<sup>2</sup> yang merupakan pendorong kepuasan pelanggan adalah:

1. Kualitas produk, pelanggan setelah melakukan pembelian dan menggunakan produk yang berkualitas secara otomatis akan puas

---

<sup>2</sup> Irawan, Handi. (2004). 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Elex Media Komputindo, Jakarta. Hal 37

2. Harga, untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.
3. Kualitas pelayanan, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya susah ditiru. Kualitas pelayanan merupakan *driver* yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah SERVQUAL.
4. Emosi, pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya emosional *value* yang diberikan oleh *brand* dari produk tersebut.
5. Biaya dan kemudahan, pelanggan akan merasa puas apabila relatif murah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Melihat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, berdasarkan survey pendahuluan melalui wawancara yang penulis lakukan kepada konsumen *Fitness Views* Bandung bahwa permasalahan yang muncul adalah pada kualitas pelayanan.

Data member yang aktif berolahraga rata-rata 200 orang dari 600 member yang mendaftar sejak awal pembukaan tempat *Fitness* samapai saat ini. Hal ini dikarenakan beberapa konsumen menyatakan bahwa kurang baiknya dari kualitas pelayanan diantaranya tercermin dari fasilitas fitness yang tidak sesuai, pelayanan yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan, karyawan kurang cepat menanggapi permintaan pelanggan, karyawan yang kurang sopan dan ramah kepada pelanggan, dan jam operasional tidak sesuai.

Berdasarkan uraian di atas, mengingat pentingnya masalah mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, maka penulis tertarik mengambil judul :  
**“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada *Fitness Views Bandung*”**

## **B. Identifikasi dan Pembatasan Penelitian**

*Fitness Views Bandung* tidak terlepas dari kegiatan pelayanan dan penawaran harga yang merupakan faktor penting dalam memuaskan konsumen. Berdasarkan latar belakang penelitian, maka permasalahan-permasalahan yang sering dialami adalah sebagai berikut :

1. Ada beberapa fasilitas fitnes yang tidak sesuai dengan fungsinya
2. Masih adanya pelayanan yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan
3. Karyawan kurang cepat menanggapi permintaan pelanggan
4. Masih terdapat karyawan yang kurang ramah kepada pelanggan
5. Jam buka maupun tutup suka tidak sesuai dengan yang tertulis

Ruang lingkup penelitian yang peneliti lakukan terbatas pada bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yaitu dimensi fasilitas fisik (*tangible*), empati (*emphaty*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*asurance*) terhadap kepuasan konsumen pada *Fitness Views Bandung*.

## **C. Perumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, yang menjadi rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh fasilitas fisik (*tangible*) terhadap kepuasan konsumen *Fitness Views* Bandung
2. Apakah terdapat pengaruh empati (*empathy*) terhadap kepuasan konsumen *Fitness Views* Bandung
3. Apakah terdapat pengaruh daya tanggap (*responsivness*) terhadap kepuasan konsumen *Fitness Views* Bandung
4. Apakah terdapat pengaruh kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan konsumen *Fitness Views* Bandung
5. Apakah terdapat pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan konsumen *Fitness Views* Bandung
6. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada *Fitness Views* Bandung.
7. Apakah faktor kualitas pelayanan yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen pada *Fitness Views* Bandung.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji :

1. Pengaruh fasilitas fisik (*tangible*) terhadap kepuasan konsumen *Fitness Views* Bandung
2. Pengaruh empati (*empathy*) terhadap kepuasan konsumen *Fitness Views* Bandung
3. Pengaruh daya tanggap (*responsivness*) terhadap kepuasan konsumen *Fitness Views* Bandung

4. Pengaruh kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan konsumen *Fitness Views* Bandung
5. Pengaruh Jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan konsumen *Fitness Views* Bandung
6. Pengaruh kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada *Fitness Views* Bandung.
7. Faktor kualitas pelayanan yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen pada *Fitness Views* Bandung.

#### **E. Manfaat dan Kegunaan Penelitian**

##### 1. Bagi Penulis

Dengan melakukan penelitian secara langsung penulis menjadi mengetahui praktek langsung yang terjadi di perusahaan dalam menerapkan kualitas pelayanan sebagai sarana meningkatkan kemampuan diri untuk menjadi tenaga pelayan yang handal, responsif dan empati serta mengerti kemauan konsumen dalam memenuhi kepentingan dan harapan konsumen

##### 2. Bagi *Fitness Views* Bandung

Hasil penelitian ini sebagai masukan yang bermanfaat dalam peningkatan kualitas pelayanan yang sesuai dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen pada *Fitness Views* Bandung.



### 3. Bagi Pihak Lain

Dengan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi untuk menambah pengetahuan dan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian ilmiah yang akan dilakukan selanjutnya.

## F. Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini terbagi dalam lima bab yang disusun dengan sistematika sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang, identifikasi dan pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan landasan teori yang relevan mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Hasil studi empirik yang relevan dengan penelitian, model penelitian dan hipotesis penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan waktu dan tempat penelitian, variabel penelitian, definisi operasional variabel, populasi, sampel, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

### **BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN**

Bab ini membahas gambaran umum objek penelitian *Fitness Views* Bandung.

## **BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas analisis data mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada *Fitness Views* Bandung, serta pembahasan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada *Fitness Views* Bandung.

## **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan hasil penelitian dan saran yang didasarkan temuan penelitian.