

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring bertambahnya usia dan semakin bertambah padatnya aktivitas yang dijalani seseorang, semakin menurun pula tingkat kesadaran seseorang itu akan pentingnya berolahraga sebagai kebutuhan sehari-hari bagi kesehatan tubuhnya. Walau dengan uang yang banyak dapat membeli segalanya, tetapi kunci kebahagiaan yang paling penting ialah kesehatan.

Menurut **Jefry Haris (2016)**, fitness atau ke gym memang bisa sangat adiktif karena memang mampu mengubah pola hidup seseorang. Mindset atau pola pikir seseorang berubah, bagaimana menjalani kegiatan yang sehat, mulai mengatur pola makan hingga aktif ke gym. Kalau tidak melakukan itu, rasanya ada sesuatu yang kurang. Menariknya lagi, di beberapa tempat, pusat-pusat kebugaran itu justru didominasi kaum hawa. Beberapa faktor pendukung yang membuat fitness didominasi wanita adalah selain keinginan memiliki tubuh proporsional, juga tuntutan dari lingkungannya untuk selalu tampil cantik, terutama bagi mereka yang bekerja sehingga motivasi datang ke gym lebih besar. Sebaliknya, alasan laki-laki ngegym juga beragam. Ada yang memang benar-benar serius untuk membentuk badan atau loss weight. Ada juga yang mau cuci mata atau sekadar bisnis justru lebih banyak. Pada akhirnya, nge-Gym kini menjadi tren gaya hidup dalam pergaulan masa kini.

Menurut **Teten Hidayat (2017)**, Perkembangan Fitness Center (pusat kebugaran) di kota Bandung berkembang dengan pesat, berdirinya beberapa fitness center berskala besar dengan skala industri, berada di lokasi-lokasi yang sangat strategis seperti dalam pusat perbelanjaan ternama di kota Bandung, tentunya hal ini berbanding lurus dengan perubahan gaya hidup masyarakat kota Bandung yang semakin maju serta pandangan akan gaya hidup sehat yang semakin meningkat. sehingga terciptanya peluang dalam Penyediaan sarana prasarana

fitnes center dengan konsep Mega gym, didasarkan pada bukti berdirinya beberapa fitness center besar di kota Bandung diantaranya Red Gym di kompleks Margahayu, Celebrity fitness di Paris van Java Mall, Gold Gym, Cihampelas walk, Rai fitness, Equinox, d'Groove, Heliios, dan lainnya.berdirinya fitness center besar tersebut memberikan dampak yang kuat pengaruhnya terhadap minat masyarakat dalam menentukan dimana mereka akan melakukan aktivitas olahraga .

Sejalan dengan banyaknya permintaan masyarakat akan tempat fitness, maka kemajuan anak bisnis fitness center sendiri akan banyak bermunculan. Dapat di lihat dari data di bawah ini berbagai tempat fitness center di kota Bandung :

Tabel 1.1
Data Tempat Fitness Center di Kota Bandung

No	Nama	Aalamat
1	Bandung Squash Club	Jl Menado Pojok Belitung 1
2	Bugar Raga Fitness	Jl Ciwastra No 169 A
3	Century Fitness	Jl Setrasari 124-E
4	Citra Fitness Center	Jl Cikutra No 160
5	Clark Hatch Fitness Centers	Jl Ir H Juanda 390
6	Dadali Sport Centre PT	Jl Penguin 2
7	Djakarta Fitness Centre & Aerobic	Jl. Pungkur 235
8	Fit Max	Jl. Gatsu No 27
9	Gold's Gym – Braga City Walk	Braga City Walk Unit GF 02, F101–F102 Jl. Braga No. 99 – 101
10	Gym Fitness	Jl Terusan Buahbatu 50 RT 005/
11	Hesti Fitness	Jl Pelajar Pejuang 45 72
12	Internasional Body Building	Jl Jend A Yani 267
13	Intra Fitness	Kompl Taman Kopo Indah I B1 D/74 RT 001/09
14	Lagos Fitness	Kompl MTC H/1
15	Mal Fitness	Jl Marga Asri II B1 A/41
16	Master Fitness	Ruko Taman Holis Indah B1 D/4

17	Mulya Fitness	Kompl Taman Cibaduyut Indah B1 E/10
18	Proton Fitnes	Jl Bojong Raya 101 C
19	Puri Cengkeh Fitnes Club	Jl Gegerkalong Hilir 35
20	Raga fitness Center	Jl.Sumatera 52-54
21	Regent Fitnes	Jl Cemara 20
22	Red Gym	Jl. Saturnus sel. No.17
23	The Majesty Club	Jl. Surya Sumantri No. 91
24	Galby Gym	Jl. Peta. No 74
25	Joes Muscle Model Gym	Jl Lodaya 46
26	Master Gym	Komp. Taman Holis Indah Blk. D No. 4
27	Rebel Gym	Jl. Surya Sumantri 18 Pasteu
28	Rebel Gym	Jl. Prabudimuntur 4, Dago 40116
29	Regen Gym	Jl. Cemara No. 20
30	Salapan Gym	Jl. Raya Soekarno Hatta No. 390
31	i-Fit Bandung Indah Plaza	Bandung Indah Plaza Lt. 3-3a Jl Merdeka 56 Bandung

Sumber : <https://arissyach.wordpress.com/2012/11/02/daftar-lokasi-fitness-bandung/#more-384>

Bugar Raga *Fitness* sebagai salah satu fitness center yang berada di kota Bandung merasakan dampak dari persaingan, banyaknya pesaing baru dalam bidang fitness center menjadi tantangan sendiri untuk Bugar Raga Fitness. Mengingat hal tersebut Bugar Raga Fitness seharusnya memposisikan usaha fitness centernya lebih baik dari pada pesaing lainnya, seperti memberikan pelayanan yang baik sesuai kebutuhan para konsumen dan memberikan harga yang sesuai untuk bisa berlatih di Bugar Raga Fitness.

Bugar Raga Fitness memiliki berbagai layanan jasa untuk konsumennya seperti pelayanan *personal trainer*, alat fitness, kamar mandi, loker dan yang lainnya yang dimana pelayanan ini harus berkualitas dan memuaskan para member Bugar Raga Fitness, Selain itu harga yang di tawarkan oleh Bugar Raga Fitness untuk menjadi member cukup terjangkau setiap bulannya.

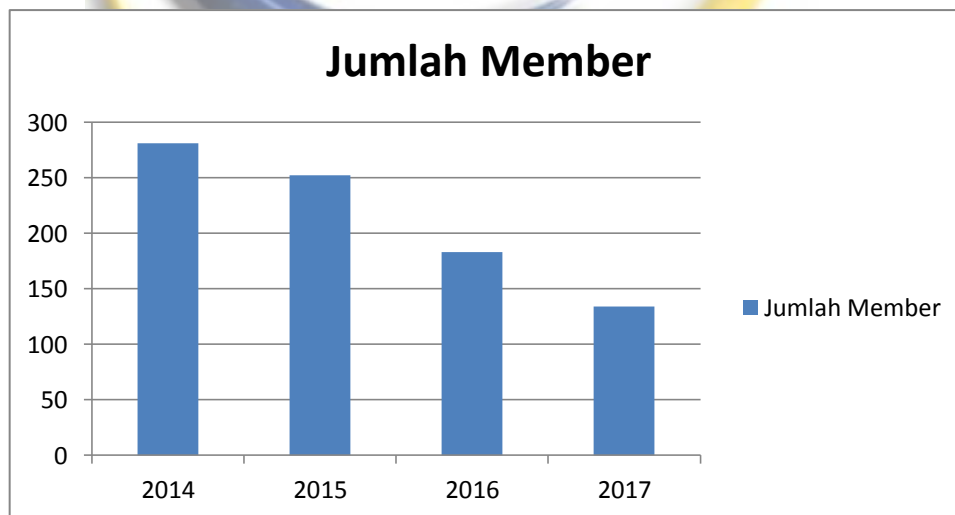
Di lihat dari beberapa tempat fitness di Bandung dengan pesatnya persaingan di industry fitness ini maka Bugar Raga Fitness harus menciptakan keputusan pembelian dan mempertahankan konsumen atau member agar selalu berlatih fitness di Bugar Raga Fitness. Bila perilaku bisnis atau pengelola Bugar Raga Fitness tidak memfokuskan diri kepada kebutuhan konsumen maka dapat di pastikan akan berkurangnya member di Bugar Raga Fitness.

Tabel 1.2
Jumlah Member di Bugar Raga Fitness
Tahun 2014 – 2017

Tahun	Jumlah member
2014	281
2015	252
2016	183
2017	134

Sumber : Bugar Raga Fitness Center Bandung

Grafik 1.1



Sumber : Bugar Raga Fitness Center Bandung

Dari data member di atas Bugar Raga Fitness dapat di lihat pada tahun 2014 sampai tahun 2017 mengalami penurunan di karenakan banyaknya member Bugar

Raga Fitness yang berhenti menjadi member dan tidak memperpanjang member tersebut, bahkan bisa terlihat penurunan yang paling besar terjadi pada tahun 2015 sampai 2016 yang dimana member Bugar Raga Fitness semakin banyak berkurang dan tidak berlatih fitness lagi di Bugar Raga Fitness.

Dalam memilih jasa, kualitas jasa merupakan hal yang penting. Menurut Kotler-Keller (2012:111) menyatakan bahwa kualitas jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksinya mungkin saja terkait atau mungkin juga tidak terkait dengan produk fisik. Teori ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Christiani (2015) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Selain kualitas jasa, harga juga menjadi salah satu pertimbangan dalam memilih suatu barang atau jasa. Harga menurut Kotler dan Keller (2012:67) adalah suatu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu. Harga juga merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian. Penelitian Lidya (2016) mengenai pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Jafra Kosmetik menunjukkan adanya pengaruh harga dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Untuk mengetahui permasalahan lebih lanjut, penulis melakukan penyebaran kuesioner kepada 30 orang pengunjung Bugar Raga *fitness center*. Berikut hasil penyebaran kuesioner.

Tabel 1.3
Pra survey

No.	Pernyataan Variabel	Rata-rata	Keterangan
	Kualitas Pelayanan		
1.	Layanan petugas Bugar Raga <i>fitness center</i> sudah sesuai harapan	3.90	Baik
2	Petugas Bugar Raga <i>fitness center</i> cepat tanggap dalam membantu konsumen	3.87	Baik
3.	Petugas Bugar Raga <i>fitness center</i> cepat memberikan jaminan apabila apabila terjadi sesuatu pada konsumen	3.13	Cukup Baik
	Harga		
4.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan konsumen	3.53	Baik
5.	Fasilitas yang ada Bugar Raga <i>fitness center</i> sesuai dengan harga yang ditawarkan.	3.83	Baik

Sumber: Pra survey tahun 2018

Berdasarkan tabel 1.3 hasil dari pra survey menunjukkan hanya faktor jaminan yang memiliki nilai 3.13 artinya cukup baik dan perlu ditingkatkan sementara yang lainnya seperti harga memiliki nilai yang baik artinya konsumen setuju dengan harga yang ada di Bugar Raga Fitness Centre . Hal ini berarti terjadi gap dan bertentangan dengan teori yang dikemukakan Stanton (dalam Rosvita, 2014:24), bahwa indikator yang mencirikan harga yaitu keterjangkauan harga, serta pernyataan Mahfoedz (2012) bahwa tujuan dari penetapan suatu harga adalah untuk mencapai target perusahaan, mendapatkan laba dari penjualan, meningkatkan serta mengembangkan produksi produk serta meluaskan target.

Dengan demikian untuk dapat menyaingi persaingan, maka pemilik atau pengelola Red Gym harus dapat mengembangkan strategi pemasaran yang mampu menarik konsumen untuk berlatih fitness di tempat melatih kebugaran tubuh Red Gym.

Di kutip dari jurnal **Ari Wibowo (2014)** dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di “D’S TUPID BAKER” Surabaya” mengatakan bahwa kualitas layanan, harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Selain itu di kutip dari jurnal **Moch.**

Ghozali (2014) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Expedisi Di Surabaya” mengatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis melakukan penelitian tentang “**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pemilihan *Fitness Center* Sebagai Tempat Melatih Kebugaran Tubuh (Studi Kasus Pada Buger Raga Fitness Ciwastra Bandung)**”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka perlu untuk mengidentifikasi masalah yang muncul. Hal ini dilakukan untuk menyederhanakan permasalahan dan memperjelas arah dari penelitian ini yang sesuai dengan judul yang telah di kemukakan di atas masalah – masalah diidentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan pada Buger Raga Fitness
2. Bagaimana Harga pada Buger Raga Fitness
3. Bagaimana keputusan konsumen memilih Buger Raga Fitness
4. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap keputusan memilih tempat fitness Buger Raga Fitness

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasar identifikasi masalah yang yang penulis buat, maksud dan tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan Buger Raga Fitness
2. Untuk mengetahui Harga Buger Raga Fitness
3. Untuk mengetahui keputusan konsumen memilih Buger Raga Fitness
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap keputusan konsumen memilih Buger Raga Fitness

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian merupakan perumusan yang lebih tegas mengenai seberapa jauh penelitian ini bermanfaat bagi perkembangan suatu ilmu. Dihubungkan dengan tema penelitian maka kegunaan penelitian diarahkan kegunaan teoritis dan praktis.

1. Kegunaan Pengembangan Ilmu

Merupakan sumbangan ilmu pengetahuan mengenai ilmu pemasaran khususnya mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap keputusan pemilihan tempat fitness

2. Kegunaan Operasional

a. Bagi penulis

Membandingkan ilmu yang di peroleh di bangku perkuliahan antara teori dengan kenyataan khususnya mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap keputusan pemilihan tempat fitness

b. Bagi Objek Penelitian

Sebagai bahan informasi bagi Bugur Raga Fitness mengenai Kualitas Pelayanan dan Harga serta pengaruhnya terhadap keputusan pemilihan tempat fitness.

3. Bagi Akademik

Untuk menambah hasil referensi dan hasil penelitian lapangan mengenai Kualitas Pelayanan dan Harga serta pengaruhnya terhadap keputusan pemilihan tempat fitness yang peneliti pelajari dalam penelitian ini.

4. Bagi Umum

Menjadi sumber pengetahuan pada umumnya untuk masyarakat yang memerlukan.

1.5 Lokasi dan Waktu penelitian

Lokasi yang di pilih oleh penulis adalah di tempat fitness Bugur Raga Fitness Bandung yang berlokasi di jalan Jl Ciwastra No 169 A Bandung sedangkan waktu penelitian terhitung mulai pada bulan November 2017

1.6 Sistematika Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, lokasi dan waktu penelitian serta sistematika penulisan skripsi

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang digunakan dalam penelitian, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang rancangan penelitian, batas penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrument penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, instrument penelitian serta teknik analisis data yang digunakan untuk memecahkan masalah.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang subyek penelitian meliputi gambaran singkat tentang identitas responden dan analisis data yang berisikan tentang analisis deskriptif, analisis statistic dan pembahasan masalah penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian akhir dari penelitian dimana pada bagian ini akan diungkapkan mengenai kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian serta saran-saran yang relevan dengan hasil penelitian