

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan pertambahan usia dan bertambah padatnya aktivitas seseorang, semakin menurun kesadaran seseorang akan arti pentingnya kesehatan di dalam tubuh. Seseorang dapat beraktivitas dengan baik dan akan merasa bahagia jika ia memiliki badan dan jiwa sehat. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa kesehatan mahal harganya karena apabila seseorang tidak memiliki kesehatan dan terserang penyakit dibutuhkan biaya yang besar untuk melakukan pengobatan. Jadi kesadaran dalam diri seseorang untuk tetap menjaga kesehatannya sangatlah dibutuhkan. Untuk menjaga badan agar tetap sehat, seseorang harus menjalani pola hidup sehat yang merupakan suatu kunci untuk menjaga kesehatan. Ada 4 cara mudah untuk menjalankan pola hidup sehat (dikutip dari www.saransehat.com yang diakses 20 Oktober 2017), diantaranya: 1) olah raga teratur, 2) makan makanan yang mengandung gizi seimbang, 3) mengatur jadwal makan, dan 4) menghindari stress pikiran.

Pentingnya gaya hidup sehat pada dewasa ini mulai diminati oleh masyarakat umum. Berbagai cara bila seseorang ingin gaya hidupnya sehat, seperti dengan asupan makanan bergizi dan rajin olahraga. Karena olah raga adalah salah satu faktor untuk menunjang gaya hidup sehat dengan banyak fungsi dan manfaat yang didapatkan. Jadi, berolahraga tiga sampai empat kali dalam seminggu akan bermanfaat pada kebanyakan orang. Jenis kegiatan olah raga sangat beragam mulai dari olah raga atletik, renang sampai berolah raga di *fitness center* atau *gym*.

Fitness center adalah tempat kegiatan berbagai macam olahraga dalam satu tempat. Dapat dikatakan bahwa *fitness center* sebagai usaha perekonomian baru di masyarakat dilatarbelakangi pula akan kesadaran masyarakat kota tentang betapa pentingnya kesehatan tubuh. Bisnis di dunia fitness merupakan usaha sektor informal yang mampu bertahan hingga kini. Hal yang dibuktikan semakin maraknya pertumbuhan *fitness center* mulai dari kalangan *low end* (menengah

kebawah) seperti *fitness center* yang berdekatan dengan tempat tinggal sampai dengan citraan *high end* (menengah keatas) seperti halnya berada di kawasan mall atau pusat perbelanjaan sampai berada di hotel berbintang.

Berikut beberapa tempat *fitness center* yang berada di Bandung disajikan dalam tabel 1.1

Tabel 1.1
Tempat Fitness Center di Kota Bandung

No	Nama Fitness Center	Alamat
1	Rai Fitness	Fave Hotel, Jl. Cihampelas No.125-127, Cipaganti, Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40131, Indonesia
2	Rebel Gym	Jl. Kyai Gede Utama No.14, Lebakgede, Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132, Indonesia
3	Helios Fitness	Jalan Soekarno Hatta No.590, Metro Indah Mall Lt.1, Sekejati, Buahbatu, Kota Bandung, Jawa Barat 40286, Indonesia
4	Gold's Gym	Jalan Braga No.99-101, Braga Citywalk Lt. GF.02 No.F101-F102, Braga, Sumur Bandung, Braga, Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40111, Indonesia
5	Celebrity Fitness	Paris Van Java, Jl. Sukajadi No.131-139, Cipedes, Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat 40162, Indonesia
6	SOSI Sport Club	Borma Antapani Lt.3 Jalan Terusan Jakarta No.53 Cicaheum Kota Bandung 40282

Sumber : <http://www.angkatbeban.com>

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, keberadaan SOSI Sport Club yang berada di kota Bandung, memiliki kompetitor yang beraneka ragam, fenomena ini akan menimbulkan persaingan yang tinggi diantara usaha kebugaran (*fitness center*). Persaingan yang semakin tinggi membuat setiap perusahaan berusaha untuk menciptakan pelayanan terbaik kepada konsumen. Dengan adanya situasi seperti ini setiap perusahaan tidak hanya menciptakan pelayanan terbaik saja, disamping itu akan berusaha untuk memberikan harga tepat dan strategi pemasaran yang menarik, untuk meningkatkan proses keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu perusahaan harus merancang kegiatan usahanya khususnya kegiatan pemasaran dengan baik secara terorganisir.

Tabel 1.2
Kelebihan dan Kekurangan Tempat Fitness di Kota Bandung

No.	Tempat Fitness	Kelebihan	Kekurangan
1.	Rai Fitness	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki program latihan dan personal training yang professional. 2. Memiliki fasilitas latihan, ruang tunggu, loker, shower, dan ruang ganti yang lengkap. 3. Memiliki kelas latihan yang bervariasi, lengkap, dan inovatif. 4. Tempat strategis dan mudah terjangkau oleh konsumen. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga berlangganan dan personal trainer yang hanya terjangkau oleh kalangan menengah keatas.
2.	Rebel Gym	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki fasilitas latihan, ruang tunggu, loker, shower, dan ruang ganti yang lengkap. 2. Memiliki program latihan beban, mixed martial arts dan personal training yang professional. 3. Memiliki fasilitas latihan, ruang tunggu, loker, shower, dan ruang ganti yang lengkap. 4. Memiliki kelas latihan yang bervariasi, lengkap, dan inovatif. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga berlangganan dan personal trainer yang hanya terjangkau oleh kalangan menengah.
3.	Helios Fitness	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki program latihan dan personal training yang professional. 2. Memiliki fasilitas latihan, ruang tunggu, loker, shower, dan ruang ganti yang lengkap. 3. Memiliki kelas latihan yang bervariasi, lengkap, dan inovatif. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga berlangganan dan personal trainer yang hanya terjangkau oleh kalangan menengah.
4.	Gold's Gym	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki program latihan dan personal training yang professional. 2. Memiliki fasilitas latihan, ruang tunggu, loker, shower, dan ruang ganti yang lengkap. 3. Memiliki kelas latihan yang bervariasi, lengkap, dan inovatif. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga berlangganan dan personal trainer yang hanya terjangkau oleh kalangan menengah keatas.

No.	Tempat Fitness	Kelebihan	Kekurangan
5.	Celebrity Fitness	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki program latihan dan personal training yang professional. Memiliki fasilitas latihan, ruang tunggu, loker, shower, dan ruang ganti yang lengkap. Memiliki kelas latihan yang bervariasi, lengkap, dan inovatif. 	<ol style="list-style-type: none"> Harga berlangganan dan personal trainer yang hanya terjangkau oleh kalangan menengah keatas.
6.	Sosi Sport Club	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki program latihan beban, mixed martial arts dan personal training yang professional. Harga berlangganan dan personal trainer yang terjangkau oleh semua kalangan. 	<ol style="list-style-type: none"> Fasilitas latihan, ruang tunggu, loker, shower dan ruang ganti yang kurang lengkap. Maintenance dan perawatan alat kurang baik Strategi tata letak alat dan ruangan kurang baik. Pelayanan kebersihan yang kurang baik.

Sumber : <http://www.angkatbeban.com>

Semakin banyaknya jenis usaha, yang bermunculan dapat menimbulkan persaingan antara perusahaan terutama perusahaan yang bergerak dibidang sejenis. Hal ini mendorong perusahaan untuk selalu kreatif dan inovatif agar dapat lebih unggul dibandingkan pesaingnya dengan cara memberikan kepuasan secara maksimal kepada konsumen baik dalam hal kualitas, nilai guna, dan daya tarik. Untuk mencapai tujuan tersebut kualitas pelayanan dan penetapan harga merupakan hal yang sangat diperlukan.

Faktor penting yang mempengaruhi proses keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan. Menurut **Kotler (2012:36)** kualitas harus dirasakan oleh pelanggan, usaha kualitas harus dimulai dengan kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan persepsi pelanggan. Suatu kualitas pelayanan akan selalu berubah, sehingga pihak *fitness center* juga harus dapat meningkatkan dan menyesuaikan kualitas pelayanannya dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Untuk menciptakan kualitas pelayanan yang baik di benak konsumen, maka setiap *fitness center* perlu bekerja sama dengan para konsumen. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang diharapkan oleh konsumen, maka akan menimbulkan minat pembelian ulang dari konsumen itu sendiri.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu hal yang cukup penting dalam membuka suatu usaha di bidang jasa. Kualitas pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan yang dirasakan seseorang terhadap suatu jasa yang diharapkan dari perbandingan antara keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen setelah membeli jasa tersebut. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*percieved service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas pelayanan yang baik bukanlah berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasar pada sudut pandang atau persepsi pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa.

Konsumen selalu dapat menilai baik-tidaknya suatu pelayanan. Konsumen menilai pelayanan tersebut dengan cara membandingkan pelayanan yang mereka terima dengan pelayanan yang mereka harapkan. Konsumen menjadi semakin kritis terhadap berbagai bentuk jasa pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Mereka mengharapkan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dapat sesuai dengan yang mereka harapkan. Oleh karena itu *fitness center* sebagai perusahaan jasa menyadari dan harus memahami tentang pentingnya pelayanan yang prima untuk mencapai kepuasan konsumen agar dapat bertahan dalam bisnis untuk memenangkan persaingan.

Kualitas pelayanan tidak diragukan lagi pengaruhnya terhadap proses keputusan pembelian konsumen. Konsumen akan mencoba membandingkan kualitas layanan, dan dalam hal ini perusahaan dituntut untuk memberikan kualitas layanan yang mampu mempengaruhi nilai yang lebih, sehingga berbeda dengan kualitas layanan pesaing sehingga kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor pertimbangan konsumen sebelum membeli produk. Dengan kualitas layanan yang memuaskan, mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk yang bersangkutan. Jika suatu perusahaan mampu memberikan pelayanan yang baik, secara langsung atau tidak langsung, citra layanannya akan tersebar luas karena kepuasan yang dirasakan.

Selain dari kualitas pelayanan, pengaruh harga yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut juga sangat penting, jika harga rendah maka permintaan produk juga akan meningkat, dan jika harga produk semakin tinggi maka permintaan produk semakin rendah. Penetapan harga yang tepat akan mendapatkan perhatian yang besar dari konsumen, jika harga yang ditetapkan perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen maka pemilihan suatu produk akan jatuh pada produk tersebut.

Harga menjadi faktor yang berpengaruh secara nyata dan kuat pada keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Kebijakan penetapan harga selalu dikaitkan dengan kesesuaian dari apa yang diterima oleh konsumen. Dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasa atas suatu barang atau jasa (Tjiptono, 2012). Oleh karena itu pembeli potensial biasanya menginginkan jenis informasi dan saran yang detail, yang hanya bisa diperoleh dari harga penjualan sebelum mengambil proses keputusan pembelian (Sutisna, 2013:314).

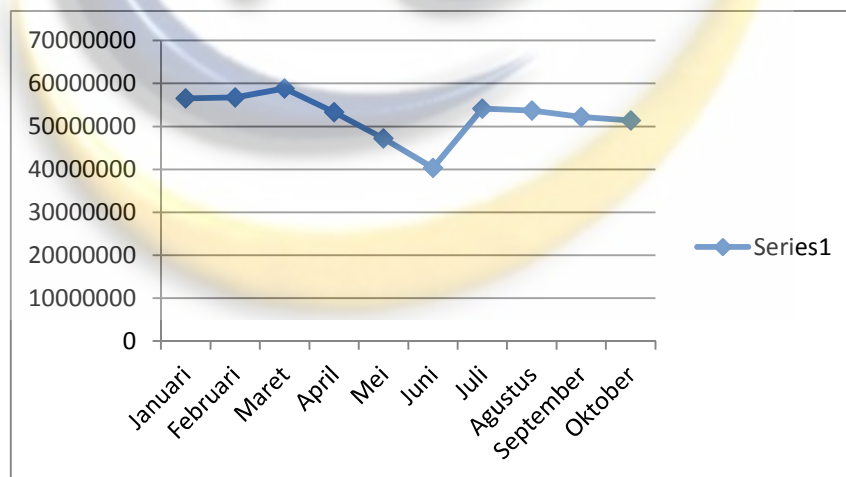
Pemahaman mengenai penetapan harga dalam mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen, akan membantu di dalam penetapan harga yang dilakukan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat menyusun strategi harga yang efektif untuk dapat menarik konsumen memutuskan untuk pembelian produk.

SOSI Sport Club merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang kebugaran tubuh menawarkan berbagai macam peralatan dan paket lengkap *Fitness, Aerobic, Zumba, Tae Kwon Do*. SOSI Sport Club juga menyediakan jasa private trainer untuk *fitness* dan juga suplemen kesehatan tubuh. Dengan menyediakan fasilitas yang baik, tidak lantas SOSI Sport Club mematok biaya tinggi untuk membeinya. Namun kini mengalami pendapatan yang fluktuatif bahkan cenderung mengalami penurunan. Hal tersebut dapat dibuktikan berdasarkan data perolehan pendapatan SOSI Sport Club dari Bulan Januari 2017 – Oktober 2017.

Tabel 1.3
Jumlah Pendapatan SOSI Sport Club Bulan Januari – Oktober 2017

Bulan	Pendapatan	Pertumbuhan
Januari	56.509.000	
Februari	56.786.000	0.49
Maret	58.813.000	3.57
April	53.302.000	(9.37)
Mei	47.247.000	(11.36)
Juni	40.393.000	(14.51)
Juli	54.146.000	34.05
Agustus	53.680.000	(0.86)
September	52.218.000	(2.72)
Oktober	51.417.000	(1.53)

Sumber : SOSI Sport Club, 2017



Gambar 1.1
Grafik pendapatan SOSI Sport Club Bulan Januari – Oktober 2017

Berdasarkan tabel 1.3 dan gambar 1.1 di atas menunjukkan bahwa pendapatan SOSI Sport Club Bulan Januari – Oktober 2017 berfluktuatif bahkan

pada bulan-bulan terakhir selalu mengalami penurunan pendapatan. Kenaikan tertinggi terjadi pada bulan Juli yaitu sebesar 34,05%, sedangkan penurunan tertinggi terjadi pada bulan Juni yaitu sebesar 14,51%. Namun pada umumnya selama bulan Januari – Oktober mengalami penurunan. Penurunan pendapatan ini diduga bahwa kualitas pelayanan dimata konsumen masih kurang serta walaupun harga di SOSI Sport Club lebih murah dibanding tempat *fitness center* lain, namun hal ini belum dapat meningkatkan pendapatan. Sehingga penurunan pendapatan ini diduga dipengaruhi oleh masih kurang baiknya kualitas pelayanan dan penetapan harga yang dilakukan SOSI Sport Club.

Banyak proses keputusan pembelian sebenarnya dibuat di tempat penjualan. Disini pengusaha dituntut untuk memonitor, memahami dan menganalisa setiap karakter konsumen dalam proses keputusan pembelian, dengan mengetahui karakter konsumen maka pengusaha dapat mengidentifikasi kebutuhan konsumen untuk di masa yang akan datang. Serta dapat menyesuaikan diri dengan apa yang terjadi berdasar minat dan selera konsumen yang sehubungan dengan perilaku konsumen (**Tjiptono, 2012:119**). Untuk menarik minat konsumen membeli produk yang ditawarkan maka dibutuhkan kualitas layanan yang bermutu.

Memang tidak mudah menjadi yang terbaik, selain harus menyediakan kualitas pelayanan terbaikjuga ada faktor pola perilaku konsumen yang tidak mudah ditebak, apalagi di Indonesia yang terdiri dari berbagai macam budaya, sehingga memiliki ragam pola perilaku yang berbeda pula. Hal ini sesuai pernyataan **Lupiyadi (2013)** bahwa salah satu faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam meningkatkan proses keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan. Untuk menilai kualitas pelayanan, para ahli pemasaran seperti Parasuraman, Zeithaml, Berry (**Tjiptono, 2012**) telah mengajukan 5 faktor yang digunakan dalam menilai kualitas jasa, yaitu *tangible*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*.

Pada saat ini pada dasarnya SOSI Sport Club sudah mencoba untuk tetap bertahan dengan berbagai cara untuk efisiensi biaya. Selain itu juga SOSI Sport Club telah berusaha menjaga mutu dan kualitas yang baik dengan harga yang

No	Indikator	Kategori Jawaban					Skor	Rata2
		SS	S	CS	TS	STS	Total	
Lokasi								
1.	Lokasi SOSI Sport Club Bandung strategis	12	16	2	0	0	130	4.33
2.	Tempat parkir SOSI Sport Club Bandung luas	6	19	5	0	0	121	4.03
3.	Kondisi parkir SOSI Sport Club Bandung aman dan nyaman	15	13	2	0	0	133	4.43
	Rata-rata							4,27
Proses								
1.	Setiap konsumen diberikan informasi yang tepat dan akurat	8	22	0	0	0	128	4.27
2.	Prosedur dan syarat yang mudah dalam bertransaksi	12	17	1	0	0	131	4.37
	Rata-rata							4,32
Kualitas Pelayanan								
1.	Instruktur mempunyai integritas yang tinggi	1	10	15	4	0	98	3,26
2.	Instruktur melayani konsumen tepat waktu	1	6	17	6	0	92	3,07
3.	Instruktur perhatian terhadap setiap pengunjung	2	8	16	4	0	98	3,26
	Rata-rata							3,20

Sumber : Survei awal, 2017

Berdasarkan tabel diatas, untuk survey awal berjumlah 30 orang responden diperoleh nilai rata-rata bauran pemasaran umumnya dapat dikategorikan baik dan sangat baik karena berada pada rentang 3,40-4,19, dan rentang 4,20-5,00, namun untuk kualitas pelayanan memiliki rata-rata sebesar 3,20 dikategorikan cukup/sedang dimana skor tersebut termasuk rentang 2,60-3,39 dalam kategori cukup/sedang. Dengan demikian kualitas pelayanan di mata konsumen masih kurang baik dan harus ditingkatkan. Walaupun harga pada SOSI Sport Club lebih murah dibanding tempat kebugaran lain, namun hal ini belum dapat meningkatkan penjualan. Sehingga

ga penurunan penjualan pada SOSI Sport Club Bandung diduga dipengaruhi oleh masih kurang baiknya kualitas pelayanan dan penetapan harga.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan menyajikan dalam sebuah karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Fitness Center (Studi pada SOSI Sport Club Bandung).”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan Permasalahan yang telah peneliti uraikan pada latar belakang terkait Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian *Fitness Center*, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan Pada SOSI Sport Club Bandung?
2. Bagaimana Penetapan Harga Pada SOSI Sport Club Bandung?
3. Bagaimana Proses Keputusan Pembelian *Fitness Center* Pada SOSI Sport Club Bandung?
4. Seberapa Besar Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penetapan Hargaterhadap Proses Keputusan Pembelian *Fitness Center* Pada SOSI Sport Club Bandung baik secara simultan maupun parsial?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui sampai sejauh mana Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga berpengaruh terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada SOSI Sport Club Bandung, sedangkan tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan Pada SOSI Sport Club Bandung.
2. Untuk mengetahui Penetapan Harga Pada SOSI Sport Club Bandung.
3. Untuk mengetahui Proses Keputusan Pembelian *Fitness Center* Pada SOSI Sport Club Bandung

4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga terhadap Proses Keputusan Pembelian *Fitness Center* Pada SOSI Sport Club Bandung baik secara simultan maupun parsial

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak berikut :

1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pikiran dalam menangani masalah yang sedang dihadapi berkaitan dengan Kualitas Pelayanan dan Penetapan Hargayang dilakukan perusahaan.

2. Manfaat Akademis

- a. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang konsep pemasaran, khususnya Kualitas Pelayanan, Penetapan Harga dan Proses Keputusan Pembelian *Fitness Center* serta dapat membandingkan teori-teori yang di dapat dari perkuliahan dengan praktek yang sesungguhnya di dalam perusahaan.
- b. Sebagai tambahan informasi dan bahan perbandingan bagi peneliti lain yang meneliti pada bidang usaha yang sama maupun khalayak umum menambah pengetahuannya.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam proses penelitiannya ini sistematika penulisan dibagi ke dalam lima (5) bab, yang diuraikan sebagai berikut :

BAB I : Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Bab ini berisi tentang penjabaran teori dengan pokok permasalahan yang dipilih dan akan dijadikan sebagai landasan teori dalam penulisan skripsi ini. Bab ini juga memaparkan penelitian terdahulu yang

mendorong untuk pembuatan penelitian selanjutnya, serta akan dijelaskan tentang kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis.

BAB III : Bab ini menguraikan penjelasan tentang lokasi dan obyek penelitian, populasi dan sample, jenis dan sumber data, serta metode analisis data yang digunakan untuk mengolah data.

BAB IV : Bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V : Bab ini berisi tentang kesimpulan hasil penelitian yang sudah dilakukan dan saran-saran yang dapat diberikan pada penelitian tersebut.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Sosi Sport Club Bandung yang terletak di Jl. Terusan Jakarta No.53, tepatnya di kompleks pertokoan Borma Antapani Lt.3 Kota Bandung 40282

1.6.2 Waktu Penelitian

Agar penelitian dapat dilakukan secara efisien dan efektif, maka penelitian yang dilakukan memakan waktu yang cukup lama. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti telah terjadwal dalam beberapa tahap dan disertai dengan lama waktu penelitian yang dibutuhkan yaitu 6 bulan.