

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Penelitian

Pandemik Covid-19 telah mempengaruhi kebiasaan dan hidup masyarakat dunia termasuk Indonesia. Meskipun terjebak dalam pembatasan kegiatan berskala besar oleh pemerintah sehingga banyak aktivitas dilakukan dari rumah, masyarakat tidak sepenuhnya hanya diam di rumah tanpa melakukan latihan fisik secara rutin. Dimulai dengan adanya tren bersepeda, kemudian muncul tren lari atau *jogging*. Kegiatan olahraga yang dilakukan di dalam ruangan seperti pusat kebugaran atau *gym* tentunya paling terdampak oleh aturan pembatasan kegiatan di dalam ruangan tersebut.

Ketika kondisi pandemik ini sudah mulai bisa diatasi, pada awal tahun 2022, pemerintah mulai melonggarkan pembatasan kegiatan bersama terutama kegiatan di dalam ruangan. Namun bila dilihat kembali sejak awal tahun 2021, meskipun diberlakukan pembatasan kegiatan bersama di dalam ruangan, aktivitas dan antusiasme masyarakat untuk latihan di pusat kebugaran atau *gym* tetap berlangsung Alicka (2021). Kejadian pandemik Covid-19 mempengaruhi cara pandang masyarakat tentang kesehatan dan menuntut masyarakat untuk senantiasa menjaga kesehatannya dengan rutin melakukan latihan fisik serta memiliki kesadaran terhadap pola hidup sehat dengan berolahraga. Hal ini juga disebabkan oleh ketakutan masyarakat atas akibat yang ditimbulkan oleh virus Covid-19 jika kondisi tubuh dalam kondisi yang tidak fit. Andriasi (2020) mengemukakan bahwa berolahraga juga menjadi salah satu aktivitas yang digemari masyarakat dan melakukan olahraga di masa pandemik ini.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Wetzler (2021) menunjukkan bahwa adanya

sebuah peningkatan aktivitas sesi olahraga di pusat kebugaran atau *gym* setiap bulannya. Hal ini mengindikasikan bahwa pada saat pandemik, industri non esensial yang bergerak di bidang kebugaran terutama *gym* justru mengalami peningkatan aktivitas. Di samping itu, menurut *Global Wellness Institute* dalam Sanusi (2021), industri kebugaran justru mengalami pertumbuhan hingga 6,4%. Artinya bahwa, pada saat pandemik ini, industri kebugaran menjadi sebuah peluang yang cukup baik (Susanto *et al.*, 2020).

Dalam industri pusat kesehatan-kebugaran, kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci keberhasilan, dan kualitas layanan memberi dampak yang kuat pada kepuasan pelanggan. Kualitas layanan di industri pusat kesehatan-kebugaran berhubungan langsung dengan *margin* keuntungan dan pengembangan klub secara keseluruhan di pasar yang kompetitif (Xu *et al.*, 2021). Kepuasan konsumen akan dicapai ketika ekspektasi atau harapan sesuai dengan persepsi konsumen (Kotler dan Keller, 2016). Salah satu faktor utama untuk menciptakan suatu kepuasan pelanggan yaitu kualitas dan kinerja yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan.

Dalam olahraga, sangat penting untuk memahami bahwa kepercayaan memainkan peran sumber daya strategis, membantu mencapai keunggulan kompetitif (Titare, 2020). Kepercayaan adalah atribut yang membuat anggota pusat kebugaran olahraga berinteraksi dengan keterlibatan penuh dengan perusahaan untuk mengimplementasikan berbagai tujuan strategis yang memungkinkan organisasi untuk memenuhi targetnya. Hubungan jangka panjang ditekankan karena kepercayaan adalah perantara untuk memelihara hubungan semacam ini dengan pusat kebugaran (Christiansen & De Vaney, 1998; Morgan & Hunt, 1994). Meskipun penelitian tentang kepercayaan dalam olahraga telah langka, ide ini telah diulang beberapa kali dalam literatur (Dwyer *et al.* 1987; Morgan dan Hunt, 1994; Palmatier *et al.* 2006), dan dimungkinkan untuk menemukan survei tentang merek (Fournier, 1998; Garbarino dan

Johnson, 1999) atau konsumen (Morgan dan Hunt (1994).

Bagi banyak pusat kebugaran, pelanggan yang secara teratur melakukan pembelian berulang adalah aktivitas yang sangat berharga bagi perusahaan. Biaya menarik pelanggan baru berkali-kali lebih tinggi daripada biaya mempertahankan pelanggan. Ini menguraikan pentingnya loyalitas pelanggan (McMullan dan Gilmore, 2008). Loyalitas pelanggan penting karena lebih murah untuk mempertahankan pelanggan daripada mencari yang baru (Herrmann *et al.*, 2007). Pelanggan yang dipertahankan diharapkan dapat meningkatkan kesediaan mereka untuk melakukan lebih banyak pembelian dari organisasi tertentu (Rust dan Zahorik 1993). Selain itu, pelanggan setia dapat menciptakan potensi iklan dari mulut ke mulut yang positif (Shoemaker dan Lewis, 1999), mengacu pada loyalitas sikap (Kotler dan Armstrong, 2010).

Salah satu pusat kesehatan-kebugaran atau tempat *fitness* yang justru memulai usahanya disaat pembatasan kegiatan sedang ketat-ketatnya adalah Reload Byhp. Tempat *fitness* ini buka pada Januari 2021 dan berlokasi di LDS Building, Jakarta Selatan. Lokasi yang sangat strategis dengan biaya sewa yang cukup tinggi. Reload Byhp menyediakan fasilitas yang cukup lengkap diantaranya sarana *gym*, sauna, dan tempat latihan yang nyaman. Meskipun dimiliki oleh instruktur senam yang berpengalaman, penilaian akan layanan, ketersediaan alat dan tempat yang nyaman tetap menjadi perhatian konsumen. Awal Reload Byhp buka, pemilik hanya menargetkan *member* yang aktif hanya sebanyak 100 orang. Besaran target ini ditentukan atas dasar pelayanan yang ingin maksimal oleh pemilik sekaligus instruktur di Reload Byhp. Namun dalam perjalanannya hingga akhir tahun 2021, jumlah *member* yang terdaftar ada sebanyak 260 orang. Minat masyarakat akan pusat kesehatan-kebugaran ini ternyata sangat besar.

Tabel 1.1 Jumlah *member* di Reload Byhp Tahun 2021

No	Bulan	Jumlah <i>Member</i> 2021	Penurunan/Kenaikan <i>Member</i>	Persentase
1	January	10	-	0%
2	February	25	15	60%
3	March	64	39	61%
4	April	102	38	37%
5	May	142	40	28%
6	June	181	39	22%
7	July	192	11	6%
8	August	199	7	4%
9	September	205	6	3%
10	October	225	20	9%
11	November	234	9	4%
12	December	260	26	11%

Sumber: Reload Byhp (2022)

Jumlah *member* yang sebenarnya sangat baik berdasarkan target awal yang ditentukan oleh pemilik. Namun ketika ditanya kepada pemilik, kekhawatiran yang dirasakan adalah keinginan *member* untuk tetap melakukan aktifitas olahraga di Reload Byhp. Dari *interview* yang dilakukan kepada sepuluh *member* awal dari Reload berdiri, ternyata ada 3 dari 10 *member* yang ditanya, memutuskan untuk tidak melanjutkan keanggotaannya di Reload Byhp. Saat ini yang menjadi daya tarik Reload Byhp adalah *member* yang berasal dari kalangan artis. Beberapa *member* yang justru tidak memperpanjang keanggotannya adalah artis. Kekhawatiran pemilik adalah kehadiran *member* yang lain lebih kepada kehadiran para artis pada pusat kesehatan-kebugaran tersebut. Ketika para artis tersebut sudah tidak memperpanjang keanggotaannya maka kemungkinan *member* yang lain akan ikut juga tidak memperpanjang keanggotannya. Alasan dari *member* yang tidak memperpanjang keanggotannya adalah kurang puas atas layanan yang diberikan. Sehingga hal ini menjadi perhatian pemilik, apakah mayoritas *member* memang merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan, apakah *member* tidak percaya dengan program yang disusun? Hal ini perlu diperhatikan pemilik agar

pada akhirnya para *member* mau tetap memperpanjang keanggotannya. Untuk itu objek penelitian yang akan difokuskan dalam penelitian ini adalah variabel kepuasan konsumen dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen di Reload Byhp.

2. **Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan uraian yang sudah disampaikan pada latar belakang diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas *member* Reload byHP rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap kepercayaan pada *member* di Reload Byhp?
2. Apakah kepercayaan kosumen berpengaruh positif terhadap loyalitas pada *member* di Reload Byhp?
3. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas pada *member* di Reload Byhp?
4. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepercayaan pada *member* di Reload Byhp?

3. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menganalisis kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap kepercayaan pada *member* di Reload Byhp.
2. Menganalisis kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas pada *member* di Reload Byhp.

3. Menganalisis kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas pada *member* di Reload Byhp.
4. Menganalisis kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi oleh kepercayaan *member* Reload Byhp.

4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diambil dari penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman teoritis maupun praktis terkait dengan pengaruh kepuasan kosumen dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada *member* di Reload Byhp.

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat menambah wawasan untuk berpikir secara sistematis serta kritis dalam menghadapi masalah yang terjadi pada saat ini maupun yang akan datang.
2. Sebagai bahan pustaka untuk menambah pengetahuan ke depannya.
3. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk mengembangkan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang dapat diperoleh pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang selanjutnya akan berguna untuk menyusun rencana strategis Reload *Byhp* dalam menciptakan daya saing yang unggul terkait kualitas pelayanan, kepuasan serta loyalitas konsumen.

2. Sebagai bahan pertimbangan untuk mengevaluasi strategi yang selama ini telah diimplementasikan.

5. **Sistematika Penulisan**

Sistematika pembahasan dibuat untuk mempermudah penelitian ini dan pembaca memahami isi dari penelitian. Gambaran dan hasil penelitian yang dilakukan selama proses penelitian disajikan dalam sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini akan berisi uraian tentang penelitian terdahulu, teori, model hipotesis dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini akan berisi uraian mengenai jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, pengujian instrumen penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV – HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti melakukan dan membahas analisis atas data yang telah diperoleh dan memberikan jawaban serta kesimpulan dari masalah penelitian berdasarkan hasil data pada kuesioner, Bab ini akan menunjukkan hasil aktual dari hubungan antar variabel pada penelitian ini menggunakan pengujian statistik dengan data yang diperoleh.

BAB V – KESIMPULAN

Pada bab ini, peneliti akan menciptakan kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil analisa dan menunjukkan keseluruhan penelitian dengan menunjukkan wawasan peneliti, implikasi teoritis dan manajerial, keterbatasan studi serta saran untuk penelitian selanjutnya di masa depan yang sesuai dengan masalah yang diteliti serta informasi terkait dengan kesamaan dalam objek dan subjek penelitian.

