

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Customer Satisfaction merupakan perasaan senang atau sedih yang muncul setelah membuat perbandingan antara apa yang diharapkan sebagai kinerja atau hasil dari suatu produk atau layanan dan realitanya (Kuswibowo, 2022). *Customer Satisfaction* tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas, tetapi juga ketersediaan, harga yang dikenakan dan interaksi dengan penyedia layanan. Hal ini penting untuk menilai sejauh mana pelanggan merasa puas atau senang dengan pengalaman mereka dengan produk atau layanan tersebut. Tingkat kepuasan pelanggan tidak hanya mencerminkan kualitas suatu produk atau layanan, tetapi juga sejauh mana pelanggan merasa dihargai, didengar, dan diperlakukan dengan baik (Zhafira et al., 2023).

Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk, kualitas layanan, aspek emosional, biaya dan kemudahan akses terhadap produk atau layanan tersebut. Kepuasan pelanggan merupakan indikator penting dalam keberhasilan suatu bisnis, karena pelanggan yang puas cenderung menjadi pelanggan setia, memberikan umpan balik positif, dan dapat menjadi duta merek yang berpengaruh. Oleh karena itu, memahami dan memenuhi harapan serta kebutuhan pelanggan menjadi kunci dalam mempertahankan kesetiaan pelanggan dan mencapai keunggulan bersaing di pasar (Gerson, 2001). Evaluasi kepuasan pelanggan tidak hanya penting untuk mempertahankan kesetiaan pelanggan, tetapi juga sebagai alat untuk mengukur efektivitas investasi dalam meningkatkan

kepuasan pelanggan, serta untuk memahami harapan pelanggan dan sejauh mana mereka bersedia mentoleransi kualitas produk atau layanan yang diberikan (D.H.I., 2003).

Berdasarkan *Global Wellness Industry*, industri kebugaran telah bertumbuh menjadi 6,4%. COVID-19 telah menjadi awal kebangkitan *trend* bisnis kebugaran dan kesehatan (Destiana, 2021). Dalam *Global Wellness Economy Monitor 2023* disebutkan bahwa tujuh dari sebelas jenis pasar kebugaran telah melampaui ukuran pasar pada tahun 2019, dengan lima sektor diantaranya menunjukkan ketahanan dan pertumbuhan terkuat. Salah satu dari lima sektor tersebut adalah sektor aktivitas fisik dimana ukuran pasarnya pada tahun 2022 sudah 111% dari tahun 2019 (McGroarty, 2023).

Tabel 1.1. Pertumbuhan Ekonomi Kebugaran Pasca-Pandemi

Wellness Economy by Sector 2019 - 2022

	<i>Market Size (US \$ billions)</i>				<i>Average Annual Growth Rate</i>	
	2019	2020	2021	2022	2019 - 2020	2020 - 2022
<i>Personal Care & Beauty</i>	\$1,066.3	\$924.2	\$1,048.2	\$1,088.7	-13.3%	8.5%
<i>Healthy Eating, Nutrition & Weight Loss</i>	\$911.3	\$948.7	\$1,046.2	\$1,079.3	4.1%	6.7%
<i>Physical Activity</i>	\$875.9	\$746.8	\$927.1	\$976.3	-14.7%	14.3%
<i>Wellness Tourism</i>	\$720.4	\$350.6	\$466.8	\$650.7	-51.3%	36.2%
<i>Public Health, Prevention & Personalized Medicine</i>	\$358.2	\$537.2	\$600.9	\$610.9	50.0%	6.6%
<i>Traditional & Complementary Medicine</i>	\$486.6	\$449.6	\$502.4	\$518.6	-7.6%	7.4%
<i>Wellness Economy</i>	\$4,931.7	\$4,463.5	\$5,193.3	\$5,611.6	-9.5%	12.1%

Sumber: *Global Wellness Institute* (2023).

Salah satu aktivitas fisik dalam industri kebugaran yang terus berkembang dan sedang populer adalah senam Pilates. Pilates telah menjadi semakin populer dalam beberapa tahun terakhir karena merupakan metode latihan holistik yang menggabungkan gerakan fisik dengan fokus pada pernapasan, kontrol tubuh, dan akurasi gerakan (Peta, 2023). Saat ini layanan Pilates Reformer telah menjadi pilihan populer karena dapat dilakukan oleh semua orang dalam berbagai kondisi kesehatan dan memiliki berbagai manfaat yang didukung secara scientific. Ada beberapa jenis pilates, namun yang sedang populer di berbagai pusat kebugaran di Indonesia adalah pilates reformer.

Pilates Reformer adalah olah raga pilates yang menggunakan alat bernama *reformer*. *Reformer* adalah papan bergerak yang dilengkapi dengan pegas, katrol dan *footbar*. Pegas dan katrol dalam mesin *reformer* digunakan sebagai beban untuk membantu melatih kekuatan otot kaki dan lengan; gerakan tersebut juga mampu membakar kalori lebih banyak (Hani, 2023). Pilates dapat membangun kekuatan dan stabilitas inti, meningkatkan fleksibilitas dan rentang gerak, memperkuat postur tubuh yang baik, mengurangi sakit punggung, memperkuat dasar panggul, mengurangi stres dan kecemasan, serta meningkatkan kepadatan tulang. Pilates merupakan olahraga yang berdampak rendah pada tubuh, juga merupakan pilihan yang sangat baik untuk rehabilitasi. Tidak hanya itu, pilates juga bagus dan aman untuk wanita hamil, wanita pasca melahirkan dan orang lanjut usia (Connor, 2023).

Dilihat dari jumlah keanggotaan yang masih kurang di berbagai pusat kebugaran yang ada, bisnis kebugaran di Indonesia diyakini masih akan bertumbuh (Rachman, 2019). Salah satu tempat pilates yang cukup

direkomendasikan, memiliki ulasan internet yang baik (Avira, 2024; Azizah, 2023; Aprilianti, 2024) dan banyak cabang di jabodetabek adalah Pilates ABC. Pilates ABC yang merupakan studio pilates afiliasi Jepang ini didirikan pada tahun 2021. Pilates ABC pertama kali hadir di Jakarta, kemudian menyebar ke seluruh Indonesia sehingga dapat diakses oleh semua orang (LSPR, n.d). Saat ini, Pilates ABC telah memiliki sepuluh cabang di area Jabodetabek. Meskipun tempat ini terus bertumbuh dan memiliki ulasan yang baik di internet, persaingan dalam bisnis ini juga tidak mudah. Saat ini, semakin banyak tempat kebugaran yang menyediakan fasilitas pilates, baik studio khusus pilates ataupun tempat fitness yang menambahkan fasilitas pilates di studio mereka.

Mengingat tantangan akuisisi pelanggan baru dan tingkat peralihan yang tinggi di antara pelanggan lama di pusat pilates, loyalitas pelanggan menjadi sangat penting dalam lingkungan industri yang sangat kompetitif. Berdasarkan survei kepada sepuluh member di Pilates ABC, didapati tingkat kepuasan member sebesar 88.5% sementara target dari manajemen sebesar 95%. Tingkat kepuasan ini penting untuk keberlanjutan Pilates ABC di industri ini. Suatu bisnis dapat berhasil jika memiliki tujuan / fokus yang tepat. Fokus yang tepat disini adalah memahami bahwa tujuan suatu bisnis bukan untuk menghasilkan produk atau jasa yang bermutu, atau memberikan pelayanan yang prima, melainkan menghasilkan pelanggan yang puas dan setia yang akan terus menjalin bisnis dengan pemilik bisnis tersebut. Hal ini karena pelanggan yang puas akan berbisnis lebih banyak dan lebih sering dengan pemilik bisnis tersebut, bahkan merekomendasikan kepada kerabat dan teman - temannya. Dengan demikian, bisa dilihat hubungan antara penjualan, pelayanan, kepuasan dan profit bersifat langsung (Gerson, 2001).

Terdapat empat indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu dengan mengumpulkan keluhan dan saran, melakukan *ghost shopping*, menganalisa mantan pelanggan, dan survei kepuasan pelanggan (*customer satisfaction survey*) berkala (Kanaka, 2020).



Grafik 1.1. Tingkat Kepuasan di Pilates RBK Tahun 2024
Sumber: Pilates RBK, 2024.

Analisis terhadap faktor-faktor kepuasan pelanggan seperti *price fairness*, *cleanliness*, *customer engagement*, dan *perceived value*, memegang peranan penting dalam memahami dinamika hubungan antara pelanggan dengan suatu produk atau layanan. Pertama, *price fairness* menjadi faktor krusial yang memengaruhi persepsi pelanggan terhadap nilai suatu produk atau layanan. *Price fairness* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, niat membeli, kesediaan membayar, loyalitas, dan rekomendasi, dan juga pada keuntungan (Radic, 2023).

Faktor penting lainnya adalah *perceived cleanliness*. Jika pelanggan merasa produk / area tersebut tidak memenuhi standar higienitas dan kebersihan yang diharapkan, maka tempat tersebut akan dicap sebagai layanan berkualitas rendah atau buruk (Zubiria, 2022). Hal ini tentunya berpengaruh pada pengalaman dan kepuasan pelanggan.

Selanjutnya, *perceived value* dari produk atau layanan merupakan faktor kunci dalam menentukan kepuasan pelanggan. Walaupun harga barang atau layanan mungkin tinggi, jika pelanggan merasa mendapatkan nilai yang sepadan dengan investasi mereka, mereka cenderung merasa puas dan mungkin bahkan bersedia membayar lebih untuk pengalaman atau manfaat yang diberikan (Sosanuy et al., 2021). Oleh karena itu, *perceived value* merupakan faktor yang sangat penting dan sangat berpengaruh dalam kepuasan pelanggan untuk mempertahankan suatu bisnis.

Membangun hubungan baik dengan pelanggan adalah hal yang penting. Agar hubungan tersebut bisa tetap berjalan, *customer engagement* menjadi faktor yang sangat penting. Interaksi yang positif, respon yang cepat terhadap pertanyaan atau masukan, dan pengalaman yang terasa personal dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan (Rane et al., 2023). *Customer engagement* juga penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Pilates ABC. Interaksi yang baik antara instruktur dan anggota, responsif terhadap pertanyaan atau kebutuhan pelanggan, serta pengalaman yang terasa personal dapat membantu memperkuat hubungan antara studio dengan pelanggan dan meningkatkan tingkat kepuasan secara keseluruhan.

Dalam bisnis yang kompetitif saat ini, memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan secara mendalam menjadi kunci kesuksesan suatu perusahaan. Perusahaan dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan memperoleh keunggulan bersaing di pasar dengan cermat menganalisis dan merespon secara efektif terhadap *price fairness*, *perceived cleanliness*, *perceived value* dan *customer engagement*. Dalam konteks Pilates ABC, pemahaman yang mendalam terhadap faktor-faktor ini dapat membantu manajemen studio untuk meningkatkan kualitas pelayanan, mengoptimalkan pengalaman pelanggan, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Dengan demikian, Pilates ABC dapat memperkuat posisinya di pasar dan memperoleh keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan survei kepada sepuluh member di Pilates RBK, didapatkan tingkat kepuasan member saat ini belum mencapai target yang ditetapkan oleh manajemen. Target tingkat kepuasan yang ditetapkan manajemen adalah 95%, sementara tingkat kepuasan member saat ini adalah 88,5%. Untuk mempertahankan bisnis ini maka tingkat kepuasan pelanggan masih harus ditingkatkan lagi. Beberapa faktor yang dikeluhkan pelanggan adalah *price fairness*, *perceived cleanliness*, *perceived value* dan *customer engagement*.

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah yang akan dijawab adalah bagaimana meningkatkan kepuasan pelanggan sesuai dengan harapan. Pertanyaan penelitian yang bisa diambil adalah:

- a. Apakah *price fairness* signifikan berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*?
- b. Apakah *perceived cleanliness* signifikan berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*?
- c. Apakah *perceived value* signifikan berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*?
- d. Apakah *customer engagement* signifikan berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk menguji signifikansi pengaruh *price fairness* terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Untuk menguji signifikansi pengaruh *perceived cleanliness* terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Untuk menguji signifikansi pengaruh *perceived value* terhadap kepuasan pelanggan.
- d. Untuk menguji signifikansi pengaruh *customer engagement* terhadap kepuasan pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kegunaan sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoritis

- Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi pengembangan ilmu dan pengetahuan terkait kepuasan pelanggan.

1.4.2. Manfaat Praktis

- Sebagai informasi kepada pemilik dan tim manajemen untuk mengetahui kualitas layanan yang telah diberikan.
- Sebagai bahan masukan kepada pemilik dan tim manajemen dalam menyusun dan mengembangkan strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan sehingga bisa meningkatkan kepuasan member.

