

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia olahraga kini sudah semakin berkembang. Gaya hidup yang serba modern membuat masyarakat lebih sadar pentingnya menjaga kesehatan tubuh. Gaya hidup di lingkungan perkotaan dengan kesibukan di kota besar membatasi masyarakat untuk berolahraga dan menjaga kebugaran karena hiruk pikuk perkotaan yang padat penduduk dan tidak memungkinkan untuk melakukan aktivitas olahraga (Desiana *et.al.*, 2020). Padahal untuk menjaga keehatan tubuh dan mempertahankan tubuh yang ideal salah satunya adalah dengan berolahraga secara rutin. Selain itu, motivasi dalam penurunan berat badan, pembentukan badan untuk mendapatkan bentuk tubuh yang proporsional merupakan salah satu alasan untuk seseorang mendaftar menjadi member di tempat kebugaran (Tarmizi *et al.*, 2020). Hal ini pun menjadi salah satu peluang bisnis bagi para investor untuk membuka pusat kebugaran sebagai solusi untuk membantu meningkatkan kesehatan jasmani masyarakat. Celebrity Fitness hadir dengan menawarkan berbagai fasilitas lengkap yang dapat diakses dengan menjadi member di klub Celebrity Fitness. Fasilitas yang ditawarkan antara lain adalah *Gym Area, Cardio Area, Cycling Room, Hot Yoga, Pilates room, Playground, Purmotion area, Sauna, Steam Room*, dan berbagai fasilitas lainnya yang akan mendukung suasana berolahraga di dalam area fitness (Sumber: www.celebrityfitness.co.id) . Lokasi Celebrity Fitness yang tersebar di berbagai pusat perbelanjaan di seluruh Indonesia

membuat Celebrity Fitness juga menjadi pilihan bagi masyarakat karena kepraktisan yang diberikan dengan ketersediaan berbagai pilihan lokasi yang strategis serta dekat dengan tempat tinggal dan perumahan yang tersedia di 28 lokasi yang tersebar di pusat perbelanjaan di seluruh Indonesia.

Fitness Center merupakan salah satu penyedia jasa, dimana perusahaan jasa itu sendiri adalah perusahaan yang menghasilkan produk akhir berupa jasa yang dimaksudkan untuk memberikan kecepatan, kemudahan, dan juga kenyamanan bagi konsumen (Soemohadiwidjojo, 2017:8). Perusahaan jasa dapat dikatakan sukses ketika dapat menyajikan Kualitas pelayanan yang berkualitas tinggi (Meesala & Paul, 2016). Celebrity Fitness merupakan salah satu perusahaan Jasa yang menyediakan layanan tempat kebugaran di Indonesia sejak tahun 2003 dengan berbagai pilihan kelas yang dapat diikuti dengan Instruktur yang memiliki sertifikasi dan juga jasa *Personal Trainer* yang dapat membantu mencapai target untuk mendapatkan tubuh yang ideal, yang juga akan membantu klien nya untuk membangun kebiasaan dalam menerapkan pola hidup sehat (Hill *et al.*,2021). Faktor inilah yang menjadi pertimbangan untuk memilih Celebrity Fitness sebagai pilihan tempat berolahraga dengan mutu jasa yang ditawarkan oleh Celebrity Fitness dengan selalu mempertahankan kualitasnya, sehingga membentuk kepuasan pelanggan, dengan meningkatnya kualitas mutu pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa maka akan semakin meningkatnya kepuasan pelanggan (Ambartiasari,2018). Celebrity Fitness kini merupakan *market leader* pada industri Fitness Center di Indonesia. Sebagai *market leader*, Celebrity Fitness dan telah terbukti Selama 7 tahun terakhir, Celebrity Fitness selalu konstan masuk kedalam

top list Top Brand Awards dengan total *Top Brand Index* (TBI) 30,1% di tahun 2022. jika dibandingkan kompetitornya yang berada dalam jajaran top 3, Gold's Gym dan Fitness First yang berada pada TBI 18,1% dan 14,1% (www.topbrand-award.com). Dari data yang didapatkan tersebut, bisa dikatakan bahwa Celebrity Fitness masih menjadi salah satu tempat paling digemari masyarakat untuk berolahraga.

Tabel 1. 1 TBI klub Fitness

Brand	TBI 2022	
Celebrity Fitness	30.1%	TOP
Gold's Gym	18.1%	TOP
Fitness First	14.1%	TOP

Sumber: Topbrand-award.com

Namun, saat ini banyak kompetitor baru yang masuk dan melirik bisnis yang serupa. Seperti contoh salah satunya adalah Fit Hub, yang didirikan pada tahun 2020 dengan konsep *fun fitness* dengan gaya milenial yang saat ini sudah memiliki lebih dari 50.000 pelanggan di Indonesia. Keunggulan dari Fit Hub ini adalah mereka menawarkan fasilitas yang premium dengan harga yang terjangkau dengan 15 Club Fitness yang tersebar di seluruh Indonesia. Jika Celebrity Fitness kalah bersaing dengan kompetitor yang ada maka ini akan menjadi salah satu ancaman bagi kelangsungan bisnis Celebrity Fitness. Ancaman ini bisa diatasi dengan meningkatkan loyalitas Pelanggan untuk mempertahankan Brand Celebrity Fitness yang sudah baik.

Berdasarkan penelitian sudah pernah dilakukan terdahulu yang menguji faktor-faktor yang membentuk loyalitas pelanggan dengan menghubungkan kepuasan pelanggan sebagai *variable intervening* untuk menguji *apakah Brand*

Image, Service Quality dan Customer Experience merupakan faktor utama yang membentuk *Customer Loyalty*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini disusun sebagai berikut:

- 1) Apakah *Brand Image* berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty* pada member *Celebrity Fitness*?
- 2) Apakah *Brand Image* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* member *Celebrity Fitness*?
- 3) Apakah *Customer Experience* berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty* member *Celebrity Fitness*?
- 4) Apakah *Customer Experience* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* member *Celebrity Fitness*?
- 5) Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty* member *Celebrity Fitness*?
- 6) Apakah *Service Quality* berpengaruh positif terhadap *Brand Image* member *Celebrity Fitness*?
- 7) Apakah *Service Quality* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* member *Celebrity Fitness*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

- 1) Menganalisis pengaruh *Brand Image* terhadap *Customer Loyalty* pada member Celebrity Fitness.
- 2) Menganalisis pengaruh *Brand* terhadap *customer satisfaction* member Celebrity Fitness.
- 3) Menganalisis pengaruh *Customer Experience* terhadap *Customer Loyalty* member Celebrity Fitness.
- 4) Menganalisis pengaruh *Customer Experience* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* member Celebrity Fitness.
- 5) Menganalisis pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* member Celebrity Fitness.
- 6) Menganalisis pengaruh *Service Quality* terhadap *Brand Image* member Celebrity Fitness.
- 7) Menganalisis pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* member Celebrity Fitness.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Adapun dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memberikan wawasan baru dunia marketing. Oleh karena itu, manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. memberikan kontribusi dan wawasan baru terhadap literatur khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

2. Menjadi acuan lanjutan yang dapat digunakan dalam penelitian lanjutan maupun pembaca dengan hasil yang informatif dan akurat mengenai hubungan antara *brand image*, *customer experience*, *service quality*, *customer satisfaction* dan *customer Loyalty* dalam bidang industri jasa.

1.4.2 Manfaat praktis

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat kepada Celebrity Fitness dan juga industri sejenis dengan memberikan informasi yang dapat diterapkan dan digunakan sebagai referensi dalam perumusan strategi untuk meningkatkan *customer loyalty* yang bertujuan untuk meningkatkan keberlangsungan usaha Celebrity Fitness.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan Tesis ini ditulis secara terstruktur dengan sistematika yang urut terdiri dari 5 Bab dengan judul “Analisis Pengaruh Brand Image, Service Quality dan Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Sebagai variabel Mediasi dalam Membentuk Customer Loyalty Member Celebrity Fitness di Jabodetabek” Adapun susunan atau sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bagian I terdiri dari beberapa bagian yaitu Latar belakang masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Ruang Lingkup Penelitian dan diakhiri dengan Sistematika Penulisan.

BAB 2: LANDASAN TEORI

Bagian tinjauan pustaka terdiri dari beberapa bagian yang menjelaskan tentang teori-teori yang akan mendukung penelitian sehingga akan memudahkan penyelesaian masalah dari penelitian ini juga sebagai validasi penelitian ini.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Dalam pembahasan metodologi penelitian terdiri dari identifikasi variabel penelitian, definisi operasional variabel populasi dan sampel, jenis dan sumber data penelitian, metode pengumpulan data penelitian, dan aspek teknis penelitian yang diuraikan dalam metode analisis data.

BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis dan Pembahasan menjelaskan hasil dari analisa dengan semua data yang telah di kumpulkan. Seluruh hasil pengumpulan data akan diuji secara statistika sehingga dapat diuji kebenaran dan validitas dari hasil hipotesis yang telah ditentukan.

BAB 5: KESIMPULAN, LIMITASI DAN SARAN

Bagian dari penelitian yang berisi kesimpulan, kontribusi teoritis, implikasi manajemen, keterbatasan penelitian, dan saran.