

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan di bidang ekonomi saat ini menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Hal ini ditandai dengan muncul dan tumbuhnya berbagai perusahaan yang masing-masing menjalankan usaha yang tidak sama. Usaha yang dijalankan oleh perusahaan-perusahaan tersebut sangat membantu dalam pemulihan kondisi ekonomi.<sup>1</sup>

Menurut Setiawati dan Murwanti "Pasar dapat dikatakan sebagai tempat bertemunya pihak penjual dan pembeli untuk melaksanakan transaksi jual beli". Kegiatan masyarakat di perkotaan maupun di pedesaan juga semakin meningkat, sehingga menimbulkan berbagai kegiatan ekonomi yang ditandai dengan meningkatnya daya beli, berkembangnya kemampuan memproduksi barang dan jasa, serta meningkatnya permintaan barang dan jasa baik dari segi jumlah maupun kualitas untuk memenuhi kebutuhan.

Menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat ini, seperti bisnis pada jasa olahraga banyak perusahaan yang berorientasi pada konsumen, perusahaan dituntut untuk menemukan dan membangun sistem manajemen yang mampu secara profesional merentensi para pelanggannya. Dua hal yang menjadi pertimbangan utama perusahaan dalam melakukan retensi pelanggan ini adalah pertama karena semakin mahal biaya perolehan pelanggan baru dalam iklim kompetisi yang sedemikian ketat, kedua adalah adanya

---

<sup>1</sup>Wahyu Agung Waluyo, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus Karsa Utama Mall Gorontalo*, di akses 08/11/2016 jam 12:28

kenyataan bahwa tingkat kemampuan mendapatkan keuntungan dalam perusahaan adalah berbanding lurus dengan pertumbuhan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan secara permanen.

Persiapan penerapan berbagai kesempatan perdagangan di era globalisasi berkeyakinan bahwa di era perdagangan bebas yang tidak terproteksi sama sekali tersebut, tumpuan perusahaan untuk tetap mampu bertahan hidup adalah pelanggan-pelanggan yang loyal. Untuk itulah perusahaan dituntut untuk mampu memupuk keunggulan kompetitifnya masing-masing melalui upaya-upaya yang kreatif, inovatif serta efisien, sehingga menjadi pilihan dari banyak pelanggan yang pada gilirannya nanti diharapkan loyal.<sup>2</sup>

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Usaha memperoleh pelanggan yang loyal tidak bisa dilakukan sekaligus, tetapi melalui beberapa tahapan, mulai dari mencari pelanggan potensial sampai memperoleh partner.

Pemerintah Indonesia sekarang pun sedang mencanangkan program indonesia sehat yang merupakan salah satu program dari agenda ke-5 Nawa Cita, yaitu meningkatkan kualitas hidup manusia Indonesia. Oleh karena itu

---

<sup>2</sup>Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung : ALFABETA, 2010), h. 127

penting bagi masyarakat untuk memperhatikan kesehatan tubuhnya, sesuai dengan sabda Nabi Shallallahu'alaihi wa sallam yaitu:

“Barang siapa diantara kamu masuk pada waktu pagi dalam keadaan sehat badannya, dia memiliki makanan pokoknya pada hari itu, maka seolah-olah seluruh dunia dikumpulkan untuknya. (HR Ibnu Majah, no. 4141, dan lain-lain dihasankan oleh Syaikh Al Albani di dalam Shahih Al Jami'ush Shaghir, no. 5918)”<sup>3</sup>

Sabda tersebut menjelaskan bahwa nikmat kesehatan itu sangat indah, oleh karena itu sangat dianjurkan sekali bagi manusia untuk menjaga kesehatan tubuhnya dengan hal yang paling kecil yaitu berolahraga.

Dalam dunia bisnis yang semakin ketat ini terutama pada bisnis jasa bidang olahraga, *G-Sports centre* hadir dengan berbagai inovasi untuk memenuhi kebutuhan dan gaya hidup pelanggan. *G-Sports Centre* Padang ini adalah usaha yang menyediakan fasilitas-fasilitas olahraga seperti golf simulator, futsal, kolam renang dan jet spa air panas dan dingin (*whirlpool*), badminton, fitness, aerobik, serta berolahraga dengan sepeda statis, serta dilengkapi juga cafe, dan outlet yang menjual berbagai pernak pernik GSC (*G-Sportss Centre*) dan peralatan fitness. GSC didirikan tidak hanya sebagai pusat olahraga, tapi juga entertainment, latihan, tempat pencarian bakat dan potensi olahragawan yang diharapkan dapat memunculkan bibit baru berprestasi di Kota Padang,” jelas General Manager GSC Andika Swasono di areal GSC. Dalam perjalanannya *G-Sports centre* mengalami peningkatan, ini

---

<sup>3</sup><http://almanhaj.or.id/3077-nikmat-sehat-dan-waktu-luang.html>, diakses pada pukul 15.00 wib tanggal 1 maret 2018

dikarenakan bukan hanya karena kelengkapan fasilitas yang disediakan oleh *G-Sports*, tapi juga dalam hal *service*, seperti pelayanan yang ramah, sistem parkir yang aman, dan untuk kenyamanan tamu pihaknya menyediakan *certified trainers*, fasilitas LCD TV dan *full sound system*, Sedangkan di ruangan aerobik pihaknya menyediakan instruktur yang berpengalaman. Di GSC terdapat zone cafe., ini adalah *outlet cafe sport* yang menyediakan berbagai menu makanan dan minuman lokal maupun internasional bernuansa *sporty* dengan kapasitas lebih dari 130 tempat duduk. Makanan dan minuman sehat yang tersedia menonjolkan cita rasa khas dengan harga terjangkau. Fasilitas zone cafe di *G-Sports Centre* dilengkapi dengan sarana untuk nonton bareng serta games.<sup>4</sup> Minat olahraga masyarakat kota Padang semakin meningkat, hal ini dapat dilihat pada tabel 1.1 di bawah ini:

**Tabel 1.1**  
**Data Member G-Sports Centre Padang**  
**Jenis Olahraga dan Jumlah Member**

Jenis Olahraga	Jumlah Member				
	2012	2013	2014	2015	2016
Gym	48	61	72	84	96
Badminton	37	51	58	65	74
Futsal	63	79	87	91	98
Swimming	56	73	93	102	115
<b>Total</b>	<b>204</b>	<b>264</b>	<b>310</b>	<b>342</b>	<b>383</b>

Sumber : G-Sports Center

Dari tabel di atas, kita dapat melihat bahwa adanya peningkatan jumlah member yang menjadi member *G-Sports Centre* Padang. Padahal dilihat dari segi harga *G-Sports Center* sangat jauh lebih mahal dibandingkan

<sup>4</sup> Andika, *G-Sports Center Untuk Gaya Hidup Sehat*, diakses pada 17 april 2017 dari [http// www.hariansingalang.co.id](http://www.hariansingalang.co.id)

dari tempat-tempat olahraga lainnya. *G-Sports Center* menyediakan harga sesuai dengan kualitas produk atau jasa yang disediakan. Sehingga hal ini dapat dijadikan sebagai indikator bahwa minat olahraga masyarakat kota Padang terus meningkat dari tahun ke tahun. Dengan meningkatnya minat masyarakat ini *G-Sports* harus lebih memperhatikan lagi kualitas pelayanan yang diberikan agar sesuai dengan harga yang telah ditawarkan dan pelanggan tidak merasa kecewa.

Dapat kita lihat di Kota Padang terdapat banyak tempat untuk olahraga terutama untuk *gym*, khususnya dari Jalan Gajah Mada sampai jalan M. Yunus akan di sajikan dalam bentuk tabel:

**Tabel 1.2**  
**Daftar Tempat Fitness Sepanjang Jalan Gajah Mada**  
**Sampai Jalan M. Yunus**

No	Nama	Alamat
1	D'max Fitness Center Cabang Sawahan	Jln. Kampung Kalawi No.9
2	D'ladies Studio Senam Dan Fitnes	Jln. Gunung Sagu No.21 Gunung Pangilun
3	Max Master Fitness	Jln. Gajah Mada Gunung Pangilun No.23
4	G-Sports Center	Jln. Gajah Mada Gunung Pangilun No.1 A
5	Krypton Gym	Jln. M. Yunus, Anduring

**Sumber : Hasil Pra Survey tanggal 11 Maret 2017**

Dapat dilihat dengan sepanjang jalan Gajah Mada sampai jalan M. Yunus sudah terdapat beberapa tempat *gym*. Dengan kondisi persaingan yang sangat kompetitif ini, perusahaan jasa seperti *G-Sports* seharusnya mulai menyadari betapa sentralnya peran pelanggan dalam bisnis mereka, bahwa pelangganlah yang menjadi alasan keberadaan mereka. Oleh karena itu,

banyak perusahaan mempertahankan pasar mereka melalui program pengembangan loyalitas pelanggan.

Dengan adanya perusahaan yang bergerak dalam bidang sejenis, dalam banyak hal sebenarnya akan menimbulkan dampak positif bagi perusahaan-perusahaan tersebut. Dampak positif tersebut antara lain, perusahaan akan berlomba-lomba memberikan pelayanan dengan kualitas yang terbaik kepada konsumen sehingga konsumen dapat merasakan kepuasan setelah menggunakan jasa layanan perusahaan tersebut. Pelayanan yang berkualitas dan bermutu merupakan salah satu kunci keberhasilan untuk memuaskan pelanggan dalam berbagai usaha yang bersifat jasa.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dan melihat pentingnya kualitas dan loyalitas pelanggan bagi perusahaan, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul: “**Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan Di G-Sports Center Kota Padang**”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu jika dilihat G-Sport merupakan sarana olahraga yang sangat diminati oleh masyarakat Kota Padang tapi dengan harga yang tinggi dikhawatirkan akan berdampak kepada pelanggan. Oleh karena itu dengan harga yang tinggi G-Sports harus bisa memberikan kualitas pelayanan yang terbaik agar dapat menyebabkan pelanggan menjadi loyal.

### C. Rumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, Bagaimana hubungan kualitas pelayanan yang diukur melalui dimensi-dimensinya dengan loyalitas pelanggan pada *G-Sports Center* Kota Padang?

1. Bagaimana hubungan dimensi bukti fisik dengan loyalitas?
2. Bagaimana hubungan dimensi responsivitas dengan loyalitas?
3. Bagaimana hubungan dimensi reliabelitas dengan loyalitas?
4. Bagaimana hubungan dimensi kompetensi dengan loyalitas?
5. Bagaimana hubungan dimensi tata krama dengan loyalitas?
6. Bagaimana hubungan dimensi kredibilitas dengan loyalitas?
7. Bagaimana hubungan dimensi keamanan dengan loyalitas?
8. Bagaimana hubungan dimensi komunikasi dengan loyalitas?
9. Bagaimana hubungan dimensi akses dengan loyalitas?
10. Bagaimana hubungan dimensi perhatian pada pelanggan dengan loyalitas?

### D. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terfokus dan terarah kepada masalah yang diteliti dan juga dengan keterbatasan waktu dan tenaga, maka penulis membatasi penelitian ini pada judul “Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan Di *G-Sports Center*”. Lokasi penelitian ini terletak di Jalan Gajah Mada, untuk dapat meneliti loyalitas pelanggan di *G-Sports Center* maka penulis melihat persaingan bisnis dalam bidang olahraga yang sejenis dengan dibatasi dari jalan Gajah Mada sampai jalan M. Yunus.

### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut, “Menganalisis hubungan kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan pada *G-Sports Center* Kota Padang”.

### **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Bagi Perusahaan**

Untuk mengetahui tanggapan dari konsumen tentang kualitas pelayanan sehingga pihak *G-Sports Center* dapat menerapkan strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen atau pelanggan loyal terhadap *G-Sports Center*.

#### **2. Bagi Penulis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan disiplin ilmu yang diteliti serta memperoleh gambaran yang lebih rinci mengenai kualitas pelayanan dan loyalitas.

#### **3. Bagi Pihak Lain**

Sebagai masukan untuk perkembangan penelitian lebih lanjut dan sumbangan pemikiran dalam bentuk skripsi untuk menambah referensi bagi penelitian yang sejenis.

### **G. Defenisi Operasional**

**Kualitas** : Adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang



tersirat.<sup>5</sup>

Loyalitas : Adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.<sup>6</sup>

## H. Sistematika Penulisan

### **BAB 1 : Pendahuluan**

Bab ini membahas mengenai pendahuluan, yang berisikan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, definisi operasional, serta sistematika penulisan.

### **BAB II : Landasan Teori**

Merupakan landasan teori dengan mengemukakan kerangka teori melalui tinjauan pustaka, yang menjelaskan tentang kualitas pelayanan, dan hubungannya dengan loyalitas pelanggan.

### **BAB III : Metodologi Penelitian**

Bab ini membahas tentang metode penelitian dengan mengemukakan data dan sumber data yang akan

---

<sup>5</sup>Arief, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan* (Malang : Bayumedia Publishing 2007), h.117

<sup>6</sup> Ratih Hurrayti., *op.cit*, h. 129

digunakan dalam penelitian ini, serta metodologi yang digunakan untuk mengolah data tersebut.

**BAB IV : Hasil Penelitian**

Merupakan pembahasan inti dari permasalahan dalam skripsi ini yang berisikan hasil penelitian dari data yang diperoleh.

**BAB V : Kesimpulan Dan Saran**

Merupakan bab penutup yang mengemukakan kesimpulan yang diambil dari hasil analisis penelitian dan saran-saran. Ini merupakan akhir pembuatan skripsi yang sudah merangkum permasalahan yang diangkat.