

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang**

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, pengelolaan kegiatan bisnis harus dilakukan secara profesional. Setiap perusahaan selalu berusaha mencapai kesuksesan yakni agar kelangsungan hidup usahanya selalu tetap terjamin, mendapatkan laba dan mengalami perkembangan / pertumbuhan. Untuk itu diupayakan agar penjualan dapat berjalan dengan lancar, yang karenanya perlu selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayanannya.

Kegiatan bisnis perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya. Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor yang menentukan suatu perusahaan agar dapat memperoleh laba dalam jangka panjang. Hal ini tidak berarti bahwa perusahaan harus melayani konsumennya secara berlebihan, tetapi perusahaan harus berupaya memberikan kepada konsumennya sesuai dengan harapan mereka.

Dengan semakin meningkatnya kebutuhan, baik yang bersifat perorangan maupun industrial, maka pelayanan dari sektor jasa semakin dituntut untuk meningkatkan kualitasnya. Keadaan ini menjadikan industri jasa tidak dapat menghindar dari persaingan sehingga dibutuhkan usaha-usaha yang sungguh-sungguh di bidang pemasaran. Peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen merupakan faktor penting yang diperlukan oleh suatu perusahaan jasa agar dapat tetap bertahan dalam persaingan sekarang ini.

Perusahaan harus dapat memahami konsumennya sebaik mungkin agar dapat memberikan pelayanan yang memuaskan konsumennya. Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya sehingga dapat memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 1994). Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan konsumen, dan kualitas pelayanan yang baik akan memberikan suatu dorongan kepada konsumen. Citra kualitas pelayanan yang baik bukanlah berdasarkan persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan persepsi konsumen. Konsumenlah yang mengkonsumsi dan menikmati pelayanan dari perusahaan, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas dari suatu pelayanan. Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Perusahaan harus selalu memantau tanggapan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan, apakah konsumen sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan apakah pelayanan yang diberikan mendapat tanggapan yang positif atau negatif dari konsumen. Konsumen yang merasa puas akan cenderung mengatakan hal-hal yang baik mengenai pelayanan yang diberikan kepada orang lain. Maka perusahaan yang mampu menciptakan dan mempertahankan konsumenlah yang akan sukses dalam persaingan. Kepuasan konsumen atas jasa yang ditawarkan akan menciptakan loyalitas konsumen (Zeithaml, 1996:71), yang pada akhirnya akan membuat perusahaan tetap *survive* dan menghasilkan laba dalam jangka panjang.

Perkembangan dan peranan sektor jasa yang semakin besar terutama didorong oleh kemajuan pesat dalam teknologi telekomunikasi dan informasi. Kini berbagai macam bisnis jasa ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumennya. Salah satunya adalah bisnis jasa bidang kesehatan (*Fitness Centre*).

Industri *Fitness Centre* di Yogyakarta semakin ketat persaingannya yang ditandai dengan semakin banyaknya usaha yang bergerak di bidang kesehatan (kebugaran tubuh) ini. Jadi kepuasan pelanggan merupakan kunci penting untuk membentuk loyalitas pelanggan. Jika pelanggan tidak puas, baik terhadap karyawannya, fasilitas fisik, dan lain-lain, maka mereka akan dengan mudah memberikan sikap yang negatif kepada perusahaan, seperti mengatakan sesuatu yang negatif tentang kualitas pelayanan yang diberikan, mengurangi bisnis dengan perusahaan, atau bahkan pindah ke perusahaan lain.

Joglo *Fitness Centre* sangat memperhitungkan kualitas pelayanan untuk konsumennya. Dengan kualitas pelayanan yang baik, konsumen akan merasa puas. Hal ini akan menjadi daya tarik tersendiri bagi para pelanggan setianya. Berdasar uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian guna menganalisis penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan Joglo *Fitness Centre* Yogyakarta dengan judul **“PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN JOGLO FITNESS CENTRE YOGYAKARTA”**.

## **I.2 Rumusan Masalah**

Berdasar latar belakang tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penilaian konsumen terhadap dimensi-dimensi kualitas pelayanan pada Joglo *Fitness Centre* Yogyakarta?
2. Apakah terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap dimensi-dimensi kualitas pelayanan Joglo *Fitness Centre* Yogyakarta jika dilihat dari perbedaan karakteristik responden?

### **I.3 Batasan Masalah**

Oleh karena luasnya tinjauan atas variabel-variabel penelitian yang saling berhubungan, maka perlu diberikan batasan agar pembahasannya lebih jelas, ringkas, dan terarah sesuai dengan prioritas dan kemampuan penulis (Husein, 2002:378). Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**I.3.I** Responden penelitian ini adalah para pengguna jasa Joglo *Fitness Centre* Yogyakarta. Adapun karakteristik mereka dibedakan berdasarkan:

1. Jenis kelamin

Pengguna jasa yang menjadi responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin yaitu Laki-laki dan Perempuan. Pengelompokan ini didasarkan pada alasan adanya bentuk-bentuk layanan yang berbeda antara laki-laki dan perempuan.

2. Pekerjaan

Responden dikelompokkan berdasarkan jenis pekerjaannya saat dilakukan penelitian, meliputi:

- a. Mahasiswa / pelajar
- b. Pegawai Negeri
- c. Pegawai Swasta

- d. Wiraswasta
- e. Lainnya .....

Pengelompokan ini didasarkan pada alasan adanya perbedaan pola penggunaan waktu dan lingkungan keseharian responden sehingga dapat berpengaruh terhadap jadwal pelatihan dan bentuk-bentuk layanan yang disediakan.

### 3. Jarak

Responden dikelompokkan berdasarkan jarak tempat-tinggalnya dengan Joglo Fitness Centre, yakni:

- a. <1 km
- b. 1 km – 2 km
- c. 2 km – 3 km
- d. >3 km

Pengelompokan ini didasarkan pada alasan adanya perbedaan pengorbanan responden sehingga dapat berpengaruh terhadap kepuasan mereka.

### 4. Tujuan Utama

Responden dikelompokkan berdasarkan tujuan utamanya datang ke Joglo Fitness Centre Yogyakarta, yang meliputi:

- a. Menjaga kebugaran tubuh
- b. Mencari kenalan
- c. Mengikuti trend / gaya hidup
- d. Lainnya .....

Pengelompokan ini didasarkan pada alasan adanya perbedaan harapan sehingga dapat berpengaruh pada penilaian mereka terhadap Joglo *Fitness Centre* Yogyakarta.

### **I.3.2 Dimensi-dimensi Kualitas Pelayanan.**

Kualitas jasa atau SERVICE QUALITY (SERVQUAL), yang dikembangkan oleh Parasuraman dkk. digunakan untuk mengukur kualitas jasa yang didasarkan pada dimensi-dimensi: (Tjiptono, 2005:70)

1. *Tangible* (bukti langsung), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. *Reliability* (keandalan), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. *Responsiveness* (daya tanggap), yakni keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. *Assurance* (jaminan), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
5. *Emphaty* (empati), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

### **I.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap dimensi-dimensi kualitas pelayanan pada Joglo *Fitness Centre* Yogyakarta.

2. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap dimensi–dimensi kualitas pelayanan Joglo *Fitness Centre* Yogyakarta jika dilihat dari perbedaan karakteristik responden.

### **I.5 Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini maka pada akhirnya nanti diharapkan adanya manfaat yang dapat diambil:

1. Bagi Pihak Perusahaan

Hasil penelitian akan menjadi bahan masukan yang berguna bagi perusahaan untuk dapat menyempurnakan usaha dan pelayanannya sesuai keinginan konsumen.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan suatu kesempatan bagi penulis untuk dapat menerapkan disiplin ilmu yang diperoleh selama mengikuti kuliah ke dalam kehidupan nyata dunia bisnis, sekaligus melatih diri dalam berkomunikasi dengan pihak lain.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan acuan dalam permasalahan yang sama, juga sebagai bahan bacaan bagi mereka yang berminat dan membutuhkan, serta bahan tambahan informasi serta ilmu pengetahuan bagi penelitian selanjutnya.

### **I.6 Hipotesis Penelitian**

Hipotesis merupakan suatu pernyataan yang berupa kesimpulan atau jawaban sementara atas permasalahan penelitian sehingga untuk membuktikan

kebenarannya masih memerlukan pengujian dan analisis lebih lanjut. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Penilaian konsumen terhadap dimensi-dimensi kualitas pelayanan Joglo Fitness Centre Yogyakarta adalah baik.

H2 : Terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap dimensi-dimensi kualitas pelayanan Joglo *Fitness Centre* Yogyakarta jika dilihat dari perbedaan karakteristik responden.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

**BAB I** : Pendahuluan

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang berisi tentang Latar belakang masalah, Rumusan masalah, Batasan masalah, Tujuan penelitian, Manfaat penelitian, Hipotesis dan Sistematika penulisan.

**BAB II** : Landasan Teori

Bab ini berisi tentang dasar-dasar teori dan konsep yang melandasi dan mendukung obyektivitas serta idealisasi dari penelitian. Bab ini disusun berdasarkan studi pustaka.

**BAB III** : Metodologi Penelitian

Bab ini berisi tentang pengujian Instrumen (validitas dan reliabilitas), Metode analisis data, yang terdiri dari analisis persentase, analisis *One Sample T Test*, analisis *Independent Sample T Test*, dan analisis *One Way Anova*.



#### BAB IV : Analisis Data

Bab ini berisi tentang pengolahan data yang telah diperoleh selama penelitian guna menguji hipotesis yang telah dikemukakan dan berdasar serta didukung teori yang ada. Hasil analisis data ini selanjutnya digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan berupa kesimpulan dan saran.

#### BAB V : Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan hasil analisis data yang telah dilakukan dan berisi saran-saran yang mungkin dapat dipertimbangkan oleh pihak Joglo *Fitness Centre* Yogyakarta dalam meningkatkan kualitas pelayanannya kepada pelanggan.