

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Kesehatan merupakan harta yang paling berharga. Kesehatan menunjang manusia dapat melakukan aktivitas dengan baik dan lancar. Dewasa ini banyak orang yang sudah berfikir untuk menjaga kesehatan karena kesehatan itu mahal haraganya dan orang-orang sudah berorientasi pada “Lebih baik mencegah daripada mengobati”. Selain dengan mengkonsumsi makanan yang baik, kegiatan lain yang dapat dilakukan untuk menjaga kesehatan adalah berolahraga.

Perkembangan jaman dewasa ini memacu bisnis gym semakin pesat, banyak pengusaha yang menangkap kebutuhan pasar terutama kebutuhan akan suatu tempat yang nyaman yang dapat menjaga kebugaran tubuh seseorang. Selain untuk kesehatan, tempat fitness pun dapat membantu seseorang untuk melatih fisik maupun menjaga penampilan. Latihan yang cukup teratur akan membuat tubuh seseorang menjadi sehat dan bugar.

Salah satu cara yang bisa dilakukan untuk membuat tubuh menjadi lebih berisi, berotot, dan tetap ramping adalah lewat olah badan atau body building dipusat kebugaran atau sering kita sebut dengan sebutan tempat fitness atau *fitness centre*. Dahulu ada mitos yang mengatakan bahwa badan yang gemuk, cenderung buncit adalah bentuk badan para bos tetapi mitos tersebut sudah tidak berlaku lagi untuk saat ini. Sekarang sudah banyak bos, khususnya eksekutif muda yang memiliki bentuk tubuh yang ideal, mereka selalu menjaga penampilan mereka.

Permasalahan dalam memperbaiki penampilan inilah yang tampaknya membuat banyak orang, terutama kalangan muda untuk rajin berolahraga. Dewasa ini tidak sedikit orang yang mengartikan jika sehat sebagai kondisi perut langsing (six pack) dan lengan berotot. Kecenderungan itu pun ditangkap oleh berbagai pusat kebugaran (fitness center).

Pada jaman modern seperti sekarang ini, olah kebugaran (banyak orang menyebutnya fitnes) memang sudah menjadi gaya hidup, bukan hanya pada masyarakat kota besar, tetapi sudah merambah ke pinggiran kota, meski tempatnya tidak selalu nyaman, yang penting terdapat bermacam-macam alat untuk melatih otot tubuh. Orang muda, baik pelajar, mahasiswa, maupun eksekutif, tertarik menjadi anggota klub kebugaran dengan berbagai keperluan. Tujuan mereka mulai dari membentuk otot, merampingkan tubuh, atau menjaga kebugaran, supaya terkesan gaul dan keren juga menjadi salah satu alasan mereka bergabung di sebuah klub fitness.

Peluang pasar pada bisnis gym dijadikan sebagai suatu peluang bagi para pebisnis, banyak pebisnis yang membuka tempat fitness. Contohnya di kota besar seperti Bandung, di kota ini banyak sekali orang yang mendirikan tempat fitness. Tentu hal ini menimbulkan persaingan yang ketat antar pengelola tempat fitness tersebut. Dalam persaingan tersebut, tempat fitness yang telah berdiri sejak lama tentu saja akan berusaha untuk mempertahankan *market share* yang telah menjadi pelanggan atau member, sedangkan tempat fitness yang baru, akan selalu berusaha untuk dapat menarik konsumen sebanyak mungkin.

Salah satu dari sekian banyak tempat fitnes yang ada di kota Bandung adalah Fire Gym, tempat fitnes ini berdiri atau berada di daerah Cimahi. Fire Gym didirikan

pada bulan Februari tahun 2000. Fire Gym merupakan tempat fitness yang pertama kali berdiri di Cimahi. Selama kurang lebih 10 tahun berdiri, Fire Gym terbukti mampu bersaing dengan memberikan layanan terbaik hingga dapat menarik konsumen untuk mengolah tubuhnya disana.

Fire Gym berusaha menarik konsumennya menggunakan media promosi berupa brosur yang kemudian dibagikan kepada masyarakat yang tinggal disekitar Cimahi, salah satu bentuk promosi yang dilakukan oleh Fire Gym adalah dengan memberikan kartu anggota gratis atau lebih sering kita sebut dengan istilah *Joining Fee*. Seperti kita ketahui bahwa *Joining fee* itu sendiri adalah biaya yang harus dibayar oleh konsumen pada saat ingin menjadi anggota tetap Fire Gym.

Promosi yang telah dilakukan oleh Fire Gym tersebut dapat dikatakan berhasil karena pada saat itu banyak konsumen berdatangan untuk mencoba jasa yang ditawarkan Fire Gym. Berbagai fasilitas telah disiapkan oleh Fire Gym untuk memenuhi keinginan konsumen, selain alat fitnes yang lengkap, Fire Gym juga menyediakan tempat sauna. Selain itu yang menjadi daya tarik para konsumen adalah Fire Gym tidak hanya menyediakan fasilitas untuk kaum laki-laki saja, Fire Gym juga menyediakan tempat serta instruktur untuk kelas aerobik yang dapat digunakan oleh kaum wanita.

Seiring dengan berjalannya waktu dan mengingat banyak berdirinya tempat fitness yang baru (pesaing), banyak anggota club Fire Gym yang menjadi menjadi anggota, tidak pernah datang kembali dan tidak membayar iuran bulanan yang sudah ditetapkan oleh Fire Gym.

Hal-hal tersebut melatarbelakangi pentingnya dilakukan penelitian di Fire Gym Cimahi untuk mengatasi masalah yang sedang dialaminya yaitu sebagai tempat

fitnesslama yang bermaksud meningkatkan serta mempertahankan *member* yang telah ada agar tidak berpindah ke pesaing.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

1. Bagaimana dimensi kualitas pelayanan jasa yang dilakukan Fire Gym saat ini?
2. Apakah kualitas jasa mempengaruhi minat kunjung konsumen Fire Gym?
3. Seberapa besar kualitas jasa mempengaruhi minat kunjung konsumen di Fire Gym ?

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud penulis melakukan penelitian ini adalah untuk memenuhi persyaratan dalam menempuh program sarjana strata satu (S1) Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha Bandung.

Tujuan penelitian:

1. Dapat mengetahui dimensi kualitas pelayanan jasa yang dilakukan Fire Gym saat ini
2. Dapat mengetahui apakah kualitas jasa mempengaruhi minat kunjung konsumen Fire Gym.
3. Dapat mengetahui seberapa besar kualitas jasa mempengaruhi minat kunjung konsumen di Fire Gym.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

1. Bagi pihak Fire Gym, dapat memberikan masukan terhadap kekurangan-kekurangan yang ada saat ini sehingga dapat memenuhi keinginan konsumen.
2. Bagi pihak penulis, dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen dan minat kunjung di Fire Gym.
3. Bagi pembaca, dapat menambah wawasan dan dapat mengembangkan variabel.

#### **1.5 Sistematika Pembahasan**

##### **Bab I. Pendahuluan**

Dalam bab ini dibahas tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, dan sistematika pembahasan.

##### **Bab II. Tinjauan Pustaka**

Dalam bab ini dibahas tentang landasan teori mengenai pengertian pemasaran, jasa, minat beli.

##### **Bab III. Metodologi Penelitian**

Dalam bab ini dibahas tentang lokasi penelitian dan waktu penelitian, metodologi penelitian, sumber data, populasi dan sampel, hipotesis, teknik pengumpulan data, metode analisis data.

#### Bab IV. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini akan dibahas tentang analisi deskriptif, analisis regresi linear sederhana.

#### Bab V. Kesimpulan dan Saran

Dalam bab ini penulis memberikan kesimpulan tentang dimensi kualitas jasa terhadap minat kunjung konsumen di Fire Gym, dan penulis juga memberikan saran untuk Fire Gym dan peneliti selanjutnya.