

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dengan bertambahnya usia dan bertambahnya aktifitas seseorang semakin menurun pula akan kesadaran pentingnya berolahraga. Walaupun dengan memiliki uang yang banyak dapat membeli segalanya, tetapi kunci kebahagiaan yang penting adalah kesehatan. Dengan memiliki badan yang sehat dapat melakukan aktifitas apa saja untuk menikmati hidup termasuk mencari uang. Menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) dalam Piagam Ottawa (1986) mengatakan bahwa kesehatan adalah konsep positif yang menekankan kebutuhan sosial dan pribadi yang merupakan kebutuhan sehari-hari, bukan tujuan hidup (dikutip dari [www.papashira.blogspot.co.id](http://www.papashira.blogspot.co.id), diakses tanggal 20 Februari 2017). Seseorang dapat beraktifitas dengan baik dan merasa bahagia jika memiliki jiwa dan raga yang sehat. Untuk menjaga badan agar tetap sehat, seseorang harus menjalani pola hidup sehat yang merupakan kunci untuk menjaga kesehatan. Ada 5 cara untuk menerapkan pola hidup sehat sehari-hari (dikutip dari [www.kgssulaiman.com](http://www.kgssulaiman.com), diakses tanggal 20 Februari 2017), yaitu:

1. Hirup udara segar
2. Olahraga
3. Minum air putih dan sarapan
4. Hindari makanan yang kurang sehat
5. Lakukan aktifitas dengan seimbang

Dengan berkembangnya jaman memunculkan teknologi yang canggih contohnya didalam bidang olahraga. Orang-orang sudah tidak perlu kesulitan untuk melakukan berbagai macam latihan kebugaran atau berolahraga karena cukup menuju ke tempat yang didalamnya terdapat berbagai macam alat olahraga yang biasa disebut dengan *fitness center* atau *gym*. Latihan kebugaran atau fitness merupakan proses sistematis menggunakan rangsang gerak dan bertujuan meningkatkan atau mempertahankan kualitas fungsional tubuh, yang meliputi kualitas daya tahan paru jantung, kekuatan atau daya tahan otot, kelenturan, dan

komposisi tubuh (Faidillah, 2006:10). Memiliki badan yang ideal dan bentuk tubuh yang proporsional yang dimiliki para selebriti dunia adalah dambaan setiap individu, karena hal ini dapat mempengaruhi penilaian penampilan di mata orang lain. Untuk mendapatkan bentuk tubuh yang proporsional dan ideal diperlukan usaha dalam pembentukannya dan membutuhkan kedisiplinan dalam menjalani beberapa latihan dan asupan gizi yang cukup. Belakangan ini semakin banyak masyarakat yang ingin berolahraga di *fitness center* atau *gym* agar mendapatkan tubuh yang diinginkan. Hal ini ditangkap oleh berbagai *fitness center* atau *gym* untuk membuka peluang memperkenalkan fitness kepada masyarakat. Mereka berlomba-lomba menarik perhatian konsumen. *Fitness center* menyediakan *trainer* (pelatih) yang telah berpengalaman dan ahli dalam bidangnya untuk membantu menentukan program latihan sesuai kebutuhan konsumen terutama dimaksudkan untuk membantu konsumen awam yang baru pertama kali berolahraga di *fitness center*.

*Fitness Centre* atau *gym* merupakan salah satu tempat kebugaran yang sedang berkembang saat ini. Baik dari remaja hingga lansia laki-laki maupun perempuan tertarik ke tempat ini, karena di tempat ini pengunjung dapat berolahraga dengan nyaman, tanpa biaya mahal, dan tidak memerlukan waktu yang banyak serta dapat disesuaikan dengan waktu individu pengunjung. Dan berolahraga di *fitness center* tidak lagi menjadi olahraga yang dipandang hanya untuk kalangan borjuis. Tingkat kebutuhan olahraga pada individu dengan aktivitas pekerjaan yang semakin meningkat, sedangkan ketersediaan tempat *fitness* yang semakin banyak dan berkembang. Hal ini memicu persaingan dalam membuka peluang bisnis sebagai penyedia jasa tempat *fitness* baik di kota maupun di penjuru pelosok kota. Salah satu kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang terjangkau.

Disamping harga yang terjangkau konsumen, dalam mendirikan perusahaan pemilihan lokasi harus sangat dipertimbangkan. Sukses tidaknya suatu tempat *fitness centre* salah satunya disebabkan dari seberapa strategisnya pemilihan lokasi. Pada kenyataannya pemilihan lokasi yang baik dan strategis dalam

mendirikan sebuah tempat *fitness* masih kurang diperhatikan dari sebagian besar pendiri tempat *fitness* yang ada.

Dalam sebuah *fitness centre*, bukan hanya dilihat dari segi strategis tidaknya suatu lokasi saja, tetapi juga memperhatikan kualitas layanan. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Bagi perusahaan kuncinya adalah menyesuaikan atau melebihi harapan mutu jasa yang diinginkan konsumen. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (dikutip dari <https://sebuahsejuk.wordpress.com>, diakses pada tanggal 20 Februari 2017). Dengan pemilihan manajemen yang baik, maka akan berdampak pada kemajuan bagi *fitness centre*. Dalam hal ini peran manajer atau pengelola sangat berpengaruh besar dalam mempersiapkan program kerja untuk memajukan *fitness centre* yang dikelolanya. Pengelola atau manajer juga wajib menentukan kriteria instruktur yang sesuai dengan standar *fitness centre* yang ada. Hal ini berdampak pada kemajuan *fitness centre*, karena tempat *gym* yang baik dan menarik bagi pengunjung atau calon *member* salah satunya tergantung dari pelayanan yang diberikan karyawan atau pegawainya.

Demikian juga terjadi pada penyedia jasa tempat olahraga di Indonesia, khususnya tempat *fitness*. Semakin banyaknya penyedia jasa tempat *fitness* yang ada di Indonesia, maka konsumen atau calon *member* akan lebih selektif dalam memilih tempat *fitness* sebagai tempat untuk berolahraga. Keputusan konsumen dalam menentukan pemilihan atau keputusan dalam memilih tempat *fitness* tidak terjadi begitu saja, melainkan adanya berbagai faktor pendorong sebelum mengambil keputusan.

Salah satu *fitness centre* yang menyadari akan persaingan bisnis dalam bidang penyedia jasa olahraga adalah Tirta Pandawa Sports Center. Dalam industri bisnis *fitness centre* tergolong dalam bidang industri penjual jasa. Tirta Pandawa Sports Center menawarkan berbagai macam fasilitas peralatan dan paket lengkap *fitness* serta aerobik. Tirta Pandawa Sports Center juga menyediakan jasa

*privat trainer* untuk *fitness*, pakaian *fitness*, dan program *insidental* bagi pengunjung. Banyaknya jenis pakaian *fitness* yang disediakan untuk dijual, memudahkan *member* baru untuk melengkapi kelengkapan dalam berolahraga *fitness* tanpa perlu mencari ke tempat lain. Tirta Pandawa Sports Center juga menyediakan air putih gratis untuk menunjang latihan pengunjung atau *member* yang tidak membawa perlengkapan minum.

Perkembangan *fitness centre* (pusat kebugaran) di kota Situbondo berkembang dengan pesat, berdirinya beberapa *fitness centre* berskala besar dengan skala industri, memiliki kemasan pemasaran semenarik mungkin seperti dibuatnya website atau sosial media dengan berbagi variasi dan inovasi. Semakin bertambah banyaknya *fitness centre*, semakin besar persaingan yang dihadapi para pengelola *gym* untuk selalu berkreasi dalam bentuk promosi agar dapat menambah dan mempertahankan pelanggan yang ada. Hal ini didasarkan pada bukti berdirinya beberapa *fitness centre* di kota Situbondo diantaranya Rambo *Fitness Centre*, Situbondo *Sports Center* dan lainnya. Berdirinya *fitness centre* tersebut memberikan dampak yang kuat pengaruhnya terhadap minat masyarakat dalam menentukan dimana mereka akan melakukan aktivitas olahraga.

Berikut adalah laporan jumlah *member* yang terdaftar di Tirta Pandawa Sports Center pada Tahun 2017 sebagai berikut:

**Tabel 1. Data Jumlah Member Baru Tirta Pandawa Sports Center Bulan Mei 2016 s/d April 2017**

Bulan	Jumlah Member (orang)	Selisih dari Bulan Sebelumnya
Mei 2016	35	
Juni 2016	38	3
Juli 2016	32	-6
Agustus 2016	40	8
September 2016	41	1
Oktober 2016	42	1
Nopember 2016	45	3
Desember 2016	46	1
Januari 2017	55	9
Februari 2017	50	-5
Maret 2017	48	-2
April 2017	45	-3

Sumber: *Front Office (FO)* Tirta Pandawa Sports Center.

Berdasarkan data pada Tabel 1 diketahui dalam beberapa bulan mengalami peningkatan jumlah anggota baru, tetapi ada beberapa bulan yang mengalami penurunan dari bulan sebelumnya. Dapat dilihat pada tabel, Juli 2016 sebanyak 32 orang, kembali naik pada Agustus 2016 sebanyak 8 orang, bulan September 2016 hanya sebanyak 1 orang. Peningkatan paling besar terjadi pada bulan Januari 2017 yaitu sebanyak 9 orang. Sedangkan penurunan yang paling drastis terjadi pada bulan Juli 2016 yaitu sebanyak 6 orang. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa jumlah anggota baru pada Tirta Pandawa Sports Center periode Mei 2016 hingga April 2017 mengalami *fluktuasi* (naik turun).

Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan tempat *fitness* sebagai tempat untuk berolahraga di Tirta Pandawa Sports Center. Keputusan pemilihan jasa merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dalam usaha memecahkan permasalahan yang sedang dihadapi, kemudian menetapkan berbagai alternatif yang dianggap paling rasional dan sesuai dengan lingkungannya. Jadi, mengambil keputusan berarti memilih dan

menetapkan satu alternatif yang dianggap paling menguntungkan dari beberapa alternatif yang dihadapi, sedangkan alternatif yang ditetapkan merupakan keputusan (Siswanto, 2005: 171-172).

Jika keputusan pemilihan jasa cepat dan tepat, maka dalam pemilihan ulang konsumen (*member*) tidak akan berpikir terlalu lama dalam melakukan pemilihan tempat jasa pada kesempatan selanjutnya. Sehingga konsumen akan menjadi konsumen tetap, bahkan ada kemungkinan konsumen akan merekomendasikan produk jasa tersebut kepada orang lain, dan secara tidak langsung pemilik tempat penyedia jasa *fitness* tersebut akan mendapat keuntungan dari hal tersebut.

Berdasarkan pemaparan teori dan data tentang jumlah anggota beserta jumlah presentase kenaikannya, maka penulis tertarik untuk menyusun penelitian tentang **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Memilih Tirta Pandawa Sports Center Sebagai Tempat Berolahraga (Studi Pada Tempat Fitnes di Tirta Pandawa Sports Center di Kabupaten Situbondo).”**.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, maka perlu adanya perumusan masalah yang akan menentukan arah yang tepat bagi pembahasan masalah, oleh karena itu penyusunan skripsi ini ingin mengangkat permasalahan tentang:

1. Apakah variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap variabel pengambilan keputusan konsumen dalam memilih Tirta Pandawa Sport Center sebagai tempat berolahraga?
2. Apakah variabel lokasi berpengaruh secara parsial terhadap variabel pengambilan keputusan konsumen dalam memilih Tirta Pandawa Sport Center sebagai tempat berolahraga?
3. Apakah variabel kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap variabel pengambilan keputusan konsumen dalam memilih Tirta Pandawa Sport Center sebagai tempat berolahraga?

4. Apakah variabel harga, lokasi dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap variabel pengambilan keputusan konsumen dalam memilih Tirta Pandawa Sport Center sebagai tempat berolahraga?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini mengacu pada perumusan masalah, yaitu:

1. Mengetahui variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap variabel pengambilan keputusan konsumen dalam memilih Tirta Pandawa Sport Center sebagai tempat berolahraga.
2. Mengetahui variabel lokasi berpengaruh secara parsial terhadap variabel pengambilan keputusan konsumen dalam memilih Tirta Pandawa Sport Center sebagai tempat berolahraga.
3. Mengetahui variabel kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap variabel pengambilan keputusan konsumen dalam memilih Tirta Pandawa Sport Center sebagai tempat berolahraga.
4. Mengetahui variabel harga, lokasi dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap variabel pengambilan keputusan konsumen dalam memilih Tirta Pandawa Sport Center sebagai tempat berolahraga.

### **1.4 Manfaat Penulisan**

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat teoritis

Dari hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya atau memperluas wawasan dalam bidang manajemen pemasaran mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan untuk memilih Tirta Pandawa Sports Center sebagai tempat untuk berolahraga.

2. Manfaat praktis

Dari hasil penelitian ini secara praktis diharapkan khususnya Tirta Pandawa Sports Center menjadikan sebagai acuan dan dapat menyusun beberapa strategi pemasaran agar konsumen lebih tertarik atau memilih Tirta Pandawa Sports Center sebagai tempat berolahraga.