

TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DI KLUB BUNGA BATU

Meilana Prabu Pratama Yudha

S1 Ilmu Keolahragaan, Fakultas Ilmu Olahraga, Universitas Negeri Surabaya
meilanayudha16060484133@mhs.unesa.ac.id

Abdul Aziz Hakim

S1 Ilmu Keolahragaan, Fakultas Ilmu Olahraga, Universitas Negeri Surabaya
abdulaziz@unesa.ac.id

Abstrak

Kepuasan pelanggan dalam industri jasa dapat kita peroleh dengan cara peningkatan kualitas pelayanan karena ini adalah aspek yang sangat penting. Dengan mempertahankan pelanggan maka dapat dikatakan usaha tersebut sukses dalam melakukan persaingan usaha. Dalam hal produk, manusia, jasa, dan lingkungan sangat mempengaruhi kualitas tersebut sehingga dapat memenuhi harapan konsumen. Peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian bagaimana tingkat kepuasan *member* terhadap pelayanan yang diberikan kepada Klub Bunga Batu. Bagaimana kualitas pelayanan yang di berikan di Klub Bunga Batu apakah sudah merasa puas atau belum terhadap jasa pengelola yang dijalankan oleh Klub Bunga Batu dengan metode penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yaitu dengan memberikan angket kepada member Klub Bunga Batu. Dari hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa secara keseluruhan Kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Klub Bunga Batu berdasarkan dimensi *Tangibles* terdapat 14 *member* (70%) dalam kategori sangat baik, 6 *member* (30%) dalam kategori baik, 0 *member* (0%) dalam kategori cukup dan 0 *member* (0%) dalam kategori tidak baik, dan 0 *member* (0%) dalam kategori sangat tidak baik. Hal ini menunjukkan bahwa pada dimensi *Tangibles* kategori sangat baik.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Konsumen

Abstract

Service quality is an important aspect in the service industry in shaping customers satisfaction who uses it. Success in competition will be fulfilled if the company can create and retain customers. Quality is a dynamic condition that affects products, services, people, processes and the environment that meet or exceed expectations. The researcher wishes to conduct research on the level of member satisfaction with the services provided to the Bunga Batu Club. What is the quality of service provided at the Bunga Batu Club, whether or not you are satisfied with the management services carried out by the Bunga Batu Club with descriptive qualitative research methods. The technique of collecting data is by giving a questionnaire to the Bunga Batu Club members. From the research results it can be explained that overall consumers satisfaction with service quality at Klub Bunga Batu based on Tangibles dimensions there are 14 members (70%) in the very good category, 6 members (30%) in the good category, 0 members (0%) in the category. enough and 0 members (0%) in the bad category, and 0 members (0%) in the very bad category. This shows that the Tangibles dimension is very good.

Keywords: Service Quality, Customer and Consumer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Perilaku masyarakat dalam memanfaatkan waktu luangnya sangat bermacam-macam. Mulai dari berolahraga, jalan-jalan, serta mendatangi tempat hiburan seperti café, mall, maupun restoran, bahkan banyak yang menghabiskan waktunya untuk bermain game. Namun ada sebagian orang yang bertujuan lain selain mendapatkan kebugaran yang baik tapi juga memperoleh tubuh yang ideal dan atletis.

Kemajuan teknologi menyebabkan masyarakat malas dalam melakukan aktivitas dan malas untuk bergerak utamanya dalam hal olahraga. Sangat banyak masyarakat lebih memilih memainkan gawai mereka untuk bermain *game* dan melakukan belanja *online*. Dengan adanya sistem online seperti saat mendorong berbagai kegiatan menjadi online dan menyebabkan banyak orang menjadi malas untuk berolahraga dan bergerak. Hal inilah yang menjadi kelemahan adanya teknologi dengan sistem online yang membuat sebuah olahraga dan bergerak menjadi pilihan terakhir mereka. Sistem online ini menjadi hal besar dalam kemajuan teknologi dan semua orang berhak memilih untuk memilih untuk menggunakan atau memakainya, hanya saja dengan kemajuan seperti ini maka kedepannya sistem online seperti ini akan menjadi hal yang biasa dan diterapkan pada berbagai macam sektor sehingga menyebabkan masyarakat menjadi mudah mengakses berbagai macam hal melalui gawai mereka, hal ini menjadikan seseorang untuk malas bergerak dan beraktivitas.

Salah satu cara untuk meningkatkan kebugaran jasmani seseorang yaitu dengan berolahraga dan beraktivitas fisik. Menurut Bangun, (2016:159) olahraga dapat menjaga kebugaran seseorang. Olahraga yang paling sederhana yaitu jalan kaki. Walaupun berjalan kaki itu hal yang mudah, terkadang aktivitas fisik ini tidak dilakukan oleh banyak orang. Istilah praktis sangat identik dengan teknologi sekarang. Mendapatkan keuntungan sebanyak banyaknya adalah hal yang dicari masyarakat sekarang ini di era kemajuan teknologi. Sekarang ini, olahraga sangat dinilai masyarakat harus dilakukan lapangan yang luas, padahal dengan adanya teknologi olahraga bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun. Fitness center atau yang sering kita sebut gym adalah pusat kebugaran yang umumnya di dalam ruangan atau indoor. Kelebihan Gym atau fitness center Fitness center adalah hanya membutuhkan lahan yang tidak luas bahkan hanya sebuah ruangan yang diberikan sekumpulan alat yang memang secara fungsi dibuat untuk menunjang seseorang berolahraga dan beraktivitas fisik dengan berbagai variasi gerakan dan

kombinasi gerakan. Hal ini sesuai dengan kebutuhan konsumen saat memasuki tempat gym dan fitness center.

Fasilitas penunjang yang diberikan sebuah fitness center atau gym saat konsumen berlatih salah satunya adalah dengan adanya instruktur kebugaran untuk membatu konsumen berlatih sehingga konsumen lebih mudah menggunakan alat dan bisa mendapatkan bimbingan saat berlatih. Hal yang wajib dimiliki seorang instruktur kebugaran yaitu sertifikat dan kemampuan yang lebih dalam hal kebugaran. Konsumen yang berkeinginan berlatih serta didampingi instruktur kebugaran, terlebih dulu harus melakukan pemesanan khusus dan melakukan komunikasi dengan instruktur kebugaran tersebut agar jadwal dan program latihan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Instruktur kebugaran di sebuah gym atau fitness center sering juga disebut dengan personal trainer (PT). Setiap instruktur memiliki pelayanan dan gaya masing-masing dalam memberikan layanan kepada member guna mendapatkan kepuasan saat melakukan Latihan di sebuah gym atau fitness center karena kepuasan pelanggan akan berdampak pada gym dan hal ini sangat dibutuhkan bagi owner gym tersebut.

Diperlukan suatu proses panjang untuk mendapatkan hasil latihan yang sempurna dan sesuai dengan yang kita inginkan. Jika kita ingin mendapatkan hasil yang sempurna dan memuaskan maka kita harus Latihan dengan terus menerus dan terprogram dengan baik oleh instruktur kebugaran. Latihan secara terprogram dibuat oleh instruktur kebugaran dengan pertimbangan prinsip Latihan serta sesuai dengan kebutuhan konsumen. Menurut Susanto & Lismadiana (2016:102) Prinsip latihan adalah hal yang wajib ditaati, dijalankan atau dihindari supaya target latihan dapat tercapai sesuai harapan yang diinginkan. Pada sebuah program latihan harus mempertimbangkan kebutuhan konsumen serta berisik berbagai macam variasi dan kombinasi Gerakan. Hal tersebut bertujuan agar konsumen tidak merasa bosan dan menimbulkan efek semangat saat melakukan latihan di pusat kebugaran. Apabila tidak diberikan variasi dan kombinasi gerak, yang sering terjadi ialah konsumen akan merasa jenuh dan menjadi malas saat berlatih.

Faktor kualitas pelayanan menjadi salah faktor untuk dapat memikat hati para membership untuk bertahan dan menunjukkan kepuasan atas apa yang telah diberikan. Pelayanan yang bagus dapat membuta member semakin bersemangat dalam melakukan latihan. Persaingan dimasa sekarang ini sangat ketat sehingga menuntut pasar memberikan kualitas dan tingkat kepuasan pelanggan harus pada nomer satu

karena hal tersebut berguna untuk mempertahankan suatu produk atau usaha agar dapat bertahan lama.

Dalam menunjang harapan dari konsumen maka sebuah tempat kebugaran harus mengatur dan mengkoordinasikan beberapa aspek terkait dengan program latihan serta sistem yang akan digunakan dalam pusat kebugaran. Mulai dari mengkomunikasikan dengan kelompok tenaga profesional, tenaga semi profesional dan tenaga non profesional sehingga dapat mencapai tujuan yang sama sesuai dengan apa yang telah direncanakan guna memenuhi kebutuhan pelanggan yang menggunakan jasa mereka.

Rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan tentu akan berdampak pada menurunnya jumlah membership yang meninggalkan fitness center tersebut. Dengan berlandaskan kurang atau menurunnya kualitas pelayanan yang diberikan tentu menjadi pukulan yang besar bagi manajemen pemasaran perusahaan. Hal ini perusahaan harus melakukan seleksi atau tahapan-tahapan jika ingin mendapatkan member yang berkualitas.

Faktor lain yang dapat memenuhi kepuasan di dalam benak hati pelanggan adalah harga. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan tingkat perekonomian atau kondisi lingkungan sekitar serta para pelanggan yang menjadi target pasar perusahaan, agar para pelanggan dapat membeli barang atau jasa yang disediakan oleh perusahaan. Perusahaan harus memperhatikan apa yang diinginkan konsumen, yaitu membayar harga yang sepadan dengan hasil yang diperoleh (Value of money).

Kelengkapan fasilitas yang diberikan oleh pihak perusahaan maka pelanggan akan semakin merasa puas dan ia akan memilih kembali perusahaan tersebut sebagai pilihan berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas yang tersedia. Bukti kualitas adalah contoh kongkret dari bentuk pelayanan yang berupa jasa karena jasa tidak seperti barang yang sebagaimana bisa dirasakan. dari sini dapat di simpulkan jika fasilitas baik maka konsumen juga semakin tertarik.

Kepuasan pelanggan menjadi hal yang harus diutamakan oleh perusahaan demi keberlangsungan usahanya. Untuk memenuhi kepuasan, perusahaan selalu memperhatikan faktor -faktor bauran pemasaran seperti kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas yang di tawarkan agar dapat berkualitas. Menyadari akan peranan pelanggan dan pengaruh kepuasannya, perusahaan wajib untuk terus berupaya mencari cara yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Hal ini sesuai dengan pendapat Richard Oliver yang dikutip oleh Handi Irawan (2002:3) kepuasan adalah respon pemenuhan dari konsumen. Kepuasan

adalah ungkapan dari seseorang atau penilaian dari konsumen dimana produk yang diterima atau hasil pelayanan yang diberikan oleh perusahaan telah melakukan yang terbaik. Menurut Philip Kotler (2002: 145) kepuasan adalah perasaan hati senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan merupakan fungsi dari kesan jasa dan produk seseorang dan harapan dari pengguna jasa dan produk tersebut. Pelanggan tidak akan puas jika jasa dan produk dibawah harapan, pelanggan akan puas jika jasa dan produk memenuhi harapan dan pelanggan amat puas atau senang jika kinerja melebihi harapan.

Menurut Tse dan Wilton (2016:349) bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap valuasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Sedangkan kepuasan adalah perasaan seseorang ketika menyatakan perbandingan antara jasa atau produk yang diterima dengan harapan seorang konsumen sebelum mencoba hal tersebut. Penilaian ini sangat subyektif, jadi antara konsumen satu dengan lainnya akan sangat berbeda dalam menilai tingkat kepuasannya karena menyesuaikan harapan dari konsumen tersebut. Selain dari harapan konsumen, faktor lain yang dapat menyebabkan penilaian seseorang berbeda yaitu faktor umur, pendapatan, pendidikan, jenis kelamin, ekonomi, kepribadian dll. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah perbandingan antara jasa atau produk yang diterima dengan harapan awal konsumen terhadap jasa atau produk tersebut.

Perkembangan olahraga terkini sangat pesat hingga dijadikan sebagai sarana hiburan dan rekreasi yang dapat membuat kita lebih segar dan membuat jiwa raga kita menjadi lebih sehat. Sebagaimana yang dikatakan oleh beberapa ahli bahwa olahraga tidak hanya untuk melatih jasmani akan tetapi juga melatih rohani kita. Maka dari itu, sebagai mana manusia yang sangat menginginkan kesehatan jasmani dan rohani harus menjadikan olahraga sebagai kebutuhan guna hidup yang lebih sehat. Salah satu pilihan masyarakat di perkotaan yang memiliki permasalahan lahan kosong yang sempit, maka masyarakat memilih untuk berolahraga secara mandiri di Klub Bunga Batu sambil menikmati pemandangan alam di Batu.

Kebugaran fisik (physical fitness) merupakan kemampuan seseorang untuk melakukan kerja sehari-hari secara efisien tanpa timbul kelelahan yang berlebihan, sehingga masih dapat menikmati waktu luangnya (Djoko Pekik I, 2004: 2). Umumnya seorang pria yang mendatangi pusat kebugaran memiliki tujuan

yaitu badan yang kekar dan terlihat lebih berisi, sedangkan seorang perempuan datang ke pusat kebugaran umumnya ingin memiliki tubuh yang proporsional dan terlihat sexy. Hal itu guna untuk menambah kepercayaan diri mereka saat bertemu orang lain. Guna bisa memenuhi keinginannya, mereka datang ke pusat kebugaran yang ada karena dengan itu mereka dapat berolahraga dengan nyaman. Selain kenyamanan mereka bisa juga dilatih oleh seorang pelatih kebugaran yang mereka inginkan sehingga dapat menghasilkan hasil sesuai dengan yang mereka inginkan.

Di era modern ini, Salah satu lembaga yang dapat dikatakan sebagai pelayanan kesehatan modern yang menawarkan jasa di bidang kesehatan yaitu fitness center. Setiap tempat kebugaran khususnya fitness center selalu Menyusun strategi bisnis guna menghadapi persaingan yang semakin kompetitif dan kemajuan teknologi yang semakin pesat. Mulai dari pemilihan pelatih kebugaran, pemilihan alat, serta tingkat kebersihan tempat. Hal itu sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen saat menggunakan fasilitas di fitness center. Jadi owner pusat kebugaran harus menjaga kualitas tempat kebugarannya agar konsumen semakin puas dengan kinerjanya. Owner pusat kebugaran harus memanfaatkan sumber daya dengan semaksimal mungkin untuk mencapai tujuannya terutama di bagian peningkatan kualitas pelayanan untuk kepuasan pelanggan. Berkaitan dengan efektivitas dan efisiensi yang mampu untuk memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen dan sebagai pemilik jasa juga bisa memberikan kualitas terbaiknya, tentu memerlukan strategi yang tepat. Salah satunya ialah manajemen harus terbuka terhadap saran maupun kritik khususnya dari konsumen sebagai pengguna jasa mereka serta tidak menutup diri dengan perubahan yang ada dan strategi harus selalu berkembang.

Menurut Wyckof yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2000: 59) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat dikatakan baik jika jasa yang diterima dan dirasakan oleh konsumen sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Sedangkan kualitas pelayanan dikatakan buruk jika jasa yang diterima lebih kurang baik dari yang diharapkan. Dengan demikian untuk memenuhi harapan pelanggan secara konsisten maka penyedia jasa harus memberikan jasa yang berkualitas dan maksimal.

Pusat kebugaran harus memikirkan tata letak yang bisa membuat konsumen nyaman. Sebagaimana sebuah tempat hiburan, pusat kebugaran harus memiliki daya tarik tersendiri agar konsumen merasa nyaman

berlatih ditempat tersebut. Fasilitasnya juga harus diperhatikan mulai dari variasi alat, kebersihan serta keramahan dari petugas yang ada di pusat kebugaran. Semakin menarik dan membuat nyaman konsumen, maka pusat kebugaran tersebut akan banyak memiliki konsumen yang merasakan kepuasan saat melakukan latihan ditempat tersebut.

Pelayanan yang baik dan berkualitas sangat diperlukan agar para member yang sudah ada lebih nyaman dan bertahan dengan ketentuan ataupun promo-promo yang ada di Klub Bunga Batu ini. Kualitas pelayanan yang berbeda diharapkan para member mampu bertahan dan merasa puas dengan kinerja para personal trainer. Dalam dunia jasa kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting di suatu perusahaan gym, dalam memberikan kepuasan terhadap member perusahaan telah berupaya sangat penuh, kualitas pelayanan yang dinamis dan menyesuaikan keinginan dan kepuasan member adalah hal utama yang di berikan klub bunga batu. Hal ini merupakan tantangan dan kuantitas suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa, dimana perusahaan harus konsisten dalam menjaga kualitas pelayanan terhadap member baik dikondisi apapun. Kualitas pelayanan yang baik akan membawakan hasil baik, begitu sebaliknya jika kualitas pelayanan yang kurang baik maka member juga pasti merasa kurang puas.

Menurut John J. Sviokla dalam Rambat Lupuyadi (2013), konsistensi pada kualitas suatu jasa ada ketiga orientasi kualitas yaitu persepsi konsumen, produk (jasa) dan proses dapat memberikan kontribusi pada keberhasilan suatu perusahaan ditinjau dari kepuasan pelanggan, kepuasan karyawan, dan profitabilitas organisasi Klub Bunga Batu telah menyediakan fasilitas yang sangat memadai serta para personal trainer yang sangat berkualitas.

Hal tersebut bisa di analisa hubungan antara kualitas dan keuntungan jangka bisa dilihat dalam dua aspek yaitu keuntungan eksternal yang bisa diperoleh dari kepuasan pelanggan dan keuntungan internal yang dapat diperoleh dari adanya kualitas efisiensi produk. Menurut John J. Sviokla, keuntungan eksternal yang dimaksud dapat diimplikasikan dalam proses produksi suatu barang (jasa), yaitu di mana kualitas produk (jasa) yang diberikan oleh perusahaan dapat memberikan suatu persepsi positif dari pelanggan terhadap perusahaan serta menghasilkan suatu kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dimana yang dimaksud keuntungan internal tampak pada saat bersamaan dengan diperolehnya keuntungan eksternal, di mana fokus perusahaan pada kualitas dapat membawa nilai positif internal perusahaan dalam proses peningkatan serta kepuasan

maksimal. Sehingga terciptalah keuntungan maksimal yang dapat diperoleh oleh perusahaan.

Keberhasilan dalam persaingan pada dunia sport khususnya olahraga gym bisa dipenuhi apabila perusahaan bisa menciptakan dan mempertahankan pelanggan (Tjiptono, 2007). Untuk memenuhi beberapa dari tujuan suatu perusahaan, maka perusahaan harus mampu melakukan berbagai macam cara atau usaha agar tujuan suatu perusahaan bisa tercapai secara maksimal. Berbeda tempat fitness juga berbeda kualitas yang diberikan, oleh karena itu kualitas merupakan hal yang sangat penting, baik buruknya kualitas suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa, hal tersebut menentukan suatu keberhasilan dari perusahaan tersebut (Tjiptono, 2001). Dengan demikian semakin baik kualitas dalam tempat gym maka semakin membuat member merasa puas dan nyaman.

Pusat Kebugaran (Fitness Center) merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa dan merupakan salah satu tempat kebugaran yang sangat banyak diminati oleh masyarakat khususnya di daerah perkotaan, di satu sisi suatu perusahaan jasa juga melebihi kekurangan dan kelebihan. Dimana perbaikan akan kekurangan serta mempertahankan kelebihan tersebut. Perlu adanya evaluasi setiap bulan pada tempat fitness, sehingga kekurangannya bisa segera teratasi dan kelebihannya bisa semakin ditingkatkan. Dalam hal adaptasi terhadap perkembangan jaman maka sebuah fitness center harus memiliki berbagai macam strategi untuk meningkatkan jumlah konsumen mereka. Beberapa inovasi bisa menjadi pertimbangan. Selain itu bisa dengan memberikan hal baru serta memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga konsumen merasa nyaman dan merasa puas.

Klub Bunga Batu merupakan salah satu tempat gym yang dapat digunakan untuk berbagai macam olahraga indoor. Fasilitas yang diberikan oleh klub Bunga Batu antara lain kolam renang, ruang aerobic, serta area parkir yang luas. Klub Bunga Batu sendiri mempunyai banyak trainer yang sudah bersertifikat tinggi dan cukup berpengalaman. Harapan Manager yaitu bisa menyaring konsumen dari semua kalangan, agar bisa terpusat di Klub Bunga Batu untuk berlatih kebugaran. Tujuan utama didirikannya Klub Bunga Batu yaitu sebagai pusat kebugaran yang digunakan untuk berlatih kebugaran dengan nyaman dengan menggunakan fasilitas instruktur kebugaran.

Untuk itulah, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan *member* terhadap pelayanan yang diberikan kepada Klub Bunga Batu. Kualitas pelayanan yang di berikan di Klub Bunga Batu

apakah sudah merasa puas atau belum terhadap jasa pengelola yang dijalankan oleh Klub Bunga Batu.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Menurut Sugiono (2010:9) penelitian kualitatif adalah penelitian dimana peneliti ditempatkan sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara penggabungan dan analisis data bersifat induktif. Sedangkan menurut Kirk dan Miller (dalam Moleong, 2002:3) penelitian kualitatif sebagai cara untuk melakukan pengamatan langsung pada individu dan berhubungan dengan orang-orang tersebut untuk mendapatkan data yang digalinya.

Subjek penelitian adalah konsumen atau member di Klub Bunga Batu yang berjumlah 20 orang yang dilakukan secara acak.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk angket. Angket tersebut berisi butir-butir pernyataan untuk diberi tanggapan oleh responden.

Teknik pengumpulan data yaitu dengan memberikan angket kepada member Klub Bunga Batu. Setiap butir pernyataan angket disediakan lima pilihan jawaban yang beupa sangat tidak layak, tidak layak, cukup, baik dan sangat baik.

Analisis data dilakukan setelah data dari seluruh responden terkumpulkan. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif dengan persentase yang kemudian dimaknai

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil penelitian tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Klub Bunga Batu fitness corner tabel dibawah ini:

Tabel 1. Kepuasan konsumen berdasarkan dimensi Tangibles

Kriteria	Frekuensi	Frekuensi Relatif
Sangat Tidak baik	0	0%
Tidak Baik	0	0%
Cukup	0	0%
Baik	4	20%
Sangat Baik	16	80%
Jumlah	20	100 %

Dari tabel 1. dapat dijelaskan bahwa secara keseluruhan Kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Klub Bunga Batu berdasarkan dimensi *Tangibles* terdapat 16 *member* (80%) dalam kategori

sangat baik, 4 *member* (20%) dalam kategori baik, 0 *member* (0%) dalam kategori cukup dan 0 *member* (0%) dalam kategori tidak baik, dan 0 *member* (0%) dalam kategori sangat tidak baik. Hal ini menunjukkan bahwa pada dimensi *Tangibles* kategori sangat baik

Tabel 2. Kepuasan konsumen berdasarkan dimensi *Reliability*.

Kriteria	Frekuensi	Frekuensi Relatif
Sangat Tidak baik	0	0%
Tidak Baik	0	0%
Cukup	0	0%
Baik	4	20%
Sangat Baik	16	80%
Jumlah	20	100 %

Dari tabel 2. dapat dijelaskan bahwa secara keseluruhan Kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Klub Bunga Batu berdasarkan dimensi *Tangibles* terdapat 16 *member* (80%) dalam kategori sangat baik, 4 *member* (20%) dalam kategori baik, 0 *member* (0%) dalam kategori cukup dan 0 *member* (0%) dalam kategori tidak baik, dan 0 *member* (0%) dalam kategori sangat tidak baik. Hal ini menunjukkan bahwa pada dimensi *Tangibles* kategori sangat baik

Tabel 3. Kepuasan konsumen berdasarkan dimensi *Responsiveness*.

Kriteria	Frekuensi	Frekuensi Relatif
Sangat Tidak baik	0	0%
Tidak Baik	0	0%
Cukup	0	0%
Baik	9	45%
Sangat Baik	11	55%
Jumlah	20	100 %

Dari tabel 3. dapat dijelaskan bahwa secara keseluruhan Kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Klub Bunga Batu berdasarkan dimensi *Tangibles* terdapat 11 *member* (55%) dalam kategori sangat baik, 9 *member* (45%) dalam kategori baik, 0 *member* (0%) dalam kategori cukup dan 0 *member* (0%) dalam kategori tidak baik, dan 0 *member* (0%) dalam kategori sangat tidak baik. Hal ini menunjukkan bahwa pada dimensi *Tangibles* kategori sangat baik

Tabel 4. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Klub Bunga Batu

Kriteria	Frekuensi	Frekuensi Relatif
Sangat Tidak baik	0	0%
Tidak Baik	0	0%
Cukup	2	0%
Baik	6	30%
Sangat Baik	14	70%
Jumlah	20	100 %

Dari tabel 4. dapat dijelaskan bahwa secara keseluruhan Kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Klub Bunga Batu berdasarkan dimensi *Tangibles* terdapat 14 *member* (70%) dalam kategori sangat baik, 6 *member* (30%) dalam kategori baik, 0 *member* (0%) dalam kategori cukup dan 0 *member* (0%) dalam kategori tidak baik, dan 0 *member* (0%) dalam kategori sangat tidak baik. Hal ini menunjukkan bahwa pada dimensi *Tangibles* kategori sangat baik.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian dapat digambarkan bahwa jumlah pembelanjaan alat olahraga di masa pandemi masih tergolong normal meskipun ada penurunan namun masyarakat tetap berantusias untuk melaksanakan kegiatan olahraga di rumah masing-masing.

Berdasarkan penghitungan data hasil penelitian tentang keseluruhan kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pusat Kebugaran Klub Bunga Batu oleh 20 *member* klub, dengan dimensi *Tangibles*, *Reability*, dan *Responsiveness* sebesar 55% memberi respon sangat baik dengan pelayanan *member* dan 45% baik terhadap pelayanan terhadap *member*.

Salah satu cara untuk meningkatkan kebugaran jasmani seseorang yaitu dengan berolahraga dan beraktivitas fisik. Menurut Bangun, (2016:159) olahraga dapat menjaga kebugaran seseorang. Sekarang ini, olahraga sangat dinilai masyarakat harus dilakukan lapangan yang luas, padahal dengan adanya teknologi olahraga bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun. Fitness center atau yang sering kita sebut gym adalah pusat kebugaran yang umumnya di dalam ruangan atau indoor. Kelebihan Gym atau fitness center Fitness center adalah hanya membutuhkan lahan yang tidak luas bahkan hanya sebuah ruangan yang diberikan sekumpulan alat yang memang secara fungsi dibuat untuk menunjang seseorang berolahraga dan beraktivitas fisik dengan berbagai variasi gerakan dan

kombinasi gerakan. Hal ini sesuai dengan kebutuhan konsumen saat memasuki tempat gym dan fitness center.

Kepuasan pelanggan menjadi hal yang harus diutamakan oleh perusahaan demi keberlangsungan usahanya. Untuk memenuhi kepuasan, perusahaan selalu memperhatikan faktor-faktor bauran pemasaran seperti kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas yang di tawarkan agar dapat berkualitas. Menyadari akan peranan pelanggan dan pengaruh kepuasannya, perusahaan wajib untuk terus berupaya mencari cara yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Hal ini sejalan dengan Tse & Wilton (2016:349) bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Sedangkan kepuasan adalah perasaan seseorang ketika menyatakan perbandingan antara jasa atau produk yang diterima dengan harapan seorang konsumen sebelum mencoba hal tersebut. Penilaian ini sangat subjektif, jadi antara konsumen satu dengan lainnya akan sangat berbeda dalam menilai tingkat kepuasannya karena menyesuaikan harapan dari konsumen tersebut. Selain dari harapan konsumen, faktor lain yang dapat menyebabkan penilaian seseorang berbeda yaitu faktor umur, pendapatan, pendidikan, jenis kelamin, ekonomi, kepribadian dll. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah perbandingan antara jasa atau produk yang diterima dengan harapan awal konsumen terhadap jasa atau produk tersebut.

Faktor kualitas pelayanan menjadi salah faktor untuk dapat memikat hati para membership untuk bertahan dan menunjukkan kepuasan atas apa yang telah diberikan. Pelayanan yang bagus dapat membuat member semakin bersemangat dalam melakukan latihan. Persaingan dimasa sekarang ini sangat ketat sehingga menuntut pasar memberikan kualitas dan tingkat kepuasan pelanggan harus pada nomor satu karena hal tersebut berguna untuk mempertahankan suatu produk atau usaha agar dapat bertahan lama. Pelayanan yang baik dan berkualitas sangat diperlukan agar para member yang sudah ada lebih nyaman dan bertahan dengan ketentuan ataupun promo-promo yang ada di Klub Bunga Batu ini. Kualitas pelayanan yang berbeda diharapkan para member mampu bertahan dan merasa puas dengan kinerja para personal trainer

Hasil penelitian ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurdiansyah (2012) bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang yang melakukan pembelian produk atau jasa untuk kebutuhan pribadinya setelah melakukan perbandingan

antara kinerja jasa yang diberikan terhadap apa yang diharapkan oleh pelaku jasa tersebut.

Pelayanan yang baik tentu saja akan berdampak pada peningkatan konsumen, dikarenakan konsumen yang merasa puas pasti akan datang lagi, bahkan kemungkinan akan mengajak teman untuk ikut. Dengan demikian, pelayanan yang baik secara tidak langsung juga akan meningkatkan keuntungan.

PENUTUP

Simpulan

Dari hasil penelitian diperoleh dengan pengujian hipotesis dan analisis data, sehingga dapat disimpulkan bahwa:

1. Dari hasil analisis penelitian maka dapat disimpulkan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pusat kebugaran di Klub Bunga Batu 55% memberi respon sangat baik dengan pelayanan member dan 45% memberi respon baik terhadap pelayanan member.
2. Dari penghitungan Analisa dapat disimpulkan bahwa semua aspek memiliki kinerja baik mengacu dari hasil pengisian angket oleh responden dari member di Klub Bunga Batu dengan jawaban sangat baik dan baik dengan persentase total keseluruhan rata-rata sebesar 70%.

Saran

Saran dari peneliti bagi penulis berikutnya mengingat penelitian ini berkelanjutan dan bukan penelitian akhir. Klub Bunga Batu sebaiknya terus menjaga tingkat pelayanan sehingga member dari pusat kebugaran ini semakin mengalami kemajuan dan mendapatkan *member* yang lebih. Bagi penulis berikutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai pedoman untuk penelitian berikutnya yang sesuai dengan pokok pembahasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dianto, Angga Rahmat. (2014). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan di The Body Art Fitness & Aerobic Surabaya. *Jurnal Kesehatan Olahraga*, vol. 02 (2), 225-236.
- Fandy Tjiptono. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset 2000.
- Handi Irawan. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Ketiga. Salemba Empat: Jakarta.

- Moleong, Lexy. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nurdiansyah, Muhammad. (2014). *Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan di Club House Casa Grande*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Philip, Kotler. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jilid Satu. (Hendra Teguh, Ronny Antonius Rusli, dan Benjamin Molan. Terjemahan). Jakarta: Prenhallindo.
- Sharkey, B. J. 2007. *Kebugaran & Kesehatan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Sugiono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, F. dan Diana, A. 2001. *Total Quality Management*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tim Unesa. 2014. *Panduan Penulisan Skripsi Universitas Negeri Surabaya*. Surabaya : UNESA.
- Tjiptono, F., & A. Diana. (2001). *Total Quality Management*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tse dan Wilton (1988). *Kepuasan Pelanggan*, jilid 2. Edisi ketiga. Klaten : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Widhiarsa, Okto. 2011. “ *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan di Hotel* ”. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. Vol. 17 (2): hal.15-16.
- Yamit, Z. (2001). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia
- Zulfiah, Naily. 2015. *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Kelas Senam Aerobik (Studi Pada Club Kebugaran Merlin Fitness Surabaya)*. Skripsi Sarjana. Surabaya : Universitas Negeri Surabaya.

