

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Perkembangan *Fitness Center* (*pusat kebugaran*) di kota Bandung berkembang dengan pesat, berdirinya beberapa fitness center berskala besar dengan skala industri, berada di lokasi-lokasi yang sangat strategis seperti dalam pusat perbelanjaan ternama di kota Bandung, tentunya hal ini berbanding lurus dengan perubahan gaya hidup masyarakat kota Bandung yang semakin maju serta pandangan akan gaya hidup sehat yang semakin meningkat. sehingga terciptanya peluang dalam Penyediaan sarana prasarana fitness center dengan konsep Mega gym, didasarkan pada bukti berdirinya beberapa fitness center besar di kota Bandung diantaranya Celebrity fitness di Paris van Java Mall, Gold Gym, Cihampelas walk, Rai fitness, Equinox, d'Groove, Hellios, dan lainnya. berdirinya fitness center besar tersebut memberikan dampak yang kuat pengaruhnya terhadap minat masyarakat dalam menentukan dimana mereka akan melakukan aktivitas olahraga .

Hal ini juga berpengaruh terhadap pengembangan alat-alat fitness. dan sarana prasarana yang menjadi salah satu faktor pendorong tumbuhnya industri fitness center di kota Bandung geliat persaingan, satu sama lain dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat akan sarana prasarana yang terbaik, perkembangan inovasi alat serta

Teten Hidayat, 2013

Studi Komparatif Dua fitness Center Terbesar Di Kota Bandung Dalam Hal Kualitas Pelayanan Dan Sarana-Prasarana Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Pengunjung
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

peningkatan dalam kualitas pelayanan yang pada akhirnya dihadapkan pada tuntutan peningkatan baik kualitas maupun kuantitas output yang di hasilkan.

fitness Center sebagai organisasi yang bersipat jasa, dituntut dapat memberikan kepuasan kepada para pengguna jasa tersebut, yaitu *member* dan *non member*. berhubungan dengan kenyamanan, pelayanan yang baik, keamanan, keselamatan, keteraturan, sarana prasarana yang lengkap dan moderen didukung dengan manajemen yang berkualitas. *Fitnesss center* berasal dari bahasa Inggris yang berasal dari dua kata yaitu *fitnesss* dan *center*. (Wikipedia: 2012) menjelaskan *Fitnes* artinya kebugaran dan *center* artinya pusat, jadi *fitnesss center* artinya pusat kebugaran. dimana pusat kebugaran adalah tempat yang menyediakan dan menjalankan program-program latihan kebugaran jasmani, dimana orang mengekpresikan segala kebutuhan sebuah aktivitas olahraga atau sebuah sosialisasi, aktualisasi, pemanfaatan waktu luang serta motif- motif lainnya. Selanjutnya jika di lihat dari aspek kondisi lingkungan *fitnes center* merupakan tempat berolahraga dalam ruangan yang menawarkan berbagai program latihan kebugaran, dengan peralatan dan fasilitas yang mutakhir, (Hanafi, 1997:9) Berdasarkan kutipan diatas, dapat disimpulkan bahwa sarana dan prasarana merupakan bagian penting yang tidak bisa dilepaskan dalam kegiatan berolahraga.

Di dalam prosesnya Fenomena yang terjadi dalam industri *fitnes center* berkaitan dengan kualitas pelayanan kepada pengguna jasa tersebut masih relatif rendah. Hal ini terbukti dari fasilitas yang terbatas, pelayanan yang kurang baik dan

Teten Hidayat, 2013

Studi Komporatif Duafitnes Center Terbesar Di Kota Bandung Dalam Hal Kualitas Pelayanan Dan Sarana-Prasarana Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Pengunjung
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

sarana prasarana pendukung kurang lengkap. akan berdampak buruk bagi fitness center itu sendiri. sehingga *Fitness Center dituntut* harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada pengguna jasa pelayanan secara cepat dan tepat. Cepat artinya pelayanan yang diberikan dilaksanakan dalam waktu yang singkat, sedangkan tepat maksudnya dapat memenuhi kebutuhan jasa kebugaran seperti yang dikehendaki.

Terpenuhi atau tidaknya kebutuhan member/pengguna jasa fitness center , sangat erat kaitannya dengan masalah kepuasan. sehingga Kepuasan pengguna menjadi tolak ukur keberhasilan fitness center. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Tjiptono (1996: 24) yang menyatakan bahwa:

Persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan dalam pernyataan visi, iklan, maupun *public relation*. Dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing.

Salah satu bentuk aktivitas yang dapat dilakukan perusahaan untuk bisa memperoleh posisi yang unggul dan berkualitas serta dapat bersaing, dalam upaya membrikan kualitas pelayanan baik, sering kali menjadi pertimbangan utama calon pengguna/masyarakat dalam memilih fitness center. adanya tuntutan pelayanan yang baik, sesuai dengan kebutuhan. Dengan demikian diharapkan konsumen akan mendapatkan kepuasan, yang selanjutnya akan mendorong pemakaian ulang jasa

perusahaan. sehingga akan berdampak dan dapat mempengaruhi calon konsumen lainnya dalam memilih fitness center, sehingga minat masyarakat untuk berolahraga di fitness center meningkat. Keberhasilan perusahaan dalam bidang jasa tergantung kepada, apakah fitness center tersebut dapat memberikan pelayanan yang berkualitas, tentunya akan berbanding lurus, dengan meningkatnya minat masyarakat. Oleh karena itu, fitness center dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas.

Gaya hidup sehat, semakin mendorong minat masyarakat untuk berolahraga, seperti pendapat Wingkel (2003:30) mengatakan bahwa, “ Minat diartikan sebagai kecenderungan subjek yang menetap, untuk merasa tertarik pada bidang-bidang tertentu dan merasa senang berkecimpung didalamnya”. Atas penjelasan tersebut maka perasaan senang terhadap sesuatu dapat dikatakan minat .

Minat akan timbul berdasarkan kebutuhan si pelaku untuk melakukan sesuatu dalam hal ini olahraga yang bermanfaat bagi dirinya, seperti yang dikemukakan oleh Effendi dan Praja (1997:76) sebagai berikut : “minat timbul apabila individu tertarik kepada sesuatu karena sesuai dengan kebutuhannya atau merasakan bahwa sesuatu yang akan dipelajarinya bermakna bagi dirinya” . Selain itu minat memiliki hal-hal dasar sebagai pembentuknya seperti yang diungkapkan oleh Barrow dan Mc Gee yang dikutip dari Kratwhohl (1991:144) sebagai berikut :

1. Receiving (perhatian atau penerimaan)
 - a. Awareness (kesadaran)
 - b. Willingness to receive (keinginan untuk menerima)
 - c. Controlled or selected attention (mengendalikan atau memberikan perhatian secara pilihan)
2. Responding (tanggapan)

Teten Hidayat, 2013

Studi Komparatif Dua fitness Center Terbesar Di Kota Bandung Dalam Hal Kualitas Pelayanan Dan Sarana-Prasarana Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Pengunjung
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- a. Acquiescence in responding (menerima tanggapan)
- b. Willingness to response (tertarik untuk menanggapi)
- c. Satisfaction in response (kepuasan dalam menanggapi)
- 3. Valuing (penilaian)
 - a. Acceptance of a value (menerima suatu nilai)
 - b. Preference for a value (kesukaan pada suatu nilai)

Dapat diketahui dengan jelas berdasarkan hal diatas bahwa minat dapat timbul karena adanya *receiving* (penerimaan atau perhatian) sesuatu pada seseorang secara *awareness* (sadar), lalu *willingness to receive* (ada keinginan untuk menerima) dan *controlled or selected attention* (memilih perhatian yang ada). Contoh seseorang timbul minat berolahraganya karena sadar dan ada keinginan untuk menerima bahwa olahraga baik bagi kesehatan dan kebugaran tubuhnya untuk menunjang kegiatan aktivitas. Lalu minat untuk berolahraga dapat timbul karena adanya sarana dan prasarana yang memadai sehingga dapat menarik perhatian seseorang.

D’Grove Sport and Weltnes Center dan Celebrity fitness merupakan dua dari banyak fitness center besar di kota Bandung, berada dilokasi yang sangat strategis. Dapat dilihat dari banyaknya pengunjung yang dimiliki akan berbanding lurus dengan pusat-pusat kebugaran lainnya, dengan rata-rata jumlah populasi member yang aktif lebih dari 1000 member seperti tampak pada tabel 1.1.

Tabel 1.1
Data Total Pengunjung Fitness Center di Kota Bandung

Nama Fitness Center	Klasifikasi Bintang	Total Member
D’Grove Wellness Center	Bintang 4	1200
Celebrity Fitness	Bintang 4	1250

Teten Hidayat, 2013

Studi Komparatif Dua fitness Center Terbesar Di Kota Bandung Dalam Hal Kualitas Pelayanan Dan Sarana-Prasarana Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Pengunjung
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Hellios Fitness center	Bintang 4	900
Rai Fitness	Bintang 4	1000
Gold,s Gym	Bintang 4	1100
Joe fitnes	Bintang 4	500
Fitness City	Bintang 4	500

Sumber: Dinas Olahraga dan Pemuda Kota Bandung

Tabel 1.1, menunjukkan bahwa Celebrity fitness mempunyai total member sebanyak 1250 orang. D'groove data tersebut bukan merupakan jaminan bahwa Celebrity dan d'groove wellness center mendapat *market share* yang baik karena dilihat dari jumlah total member. Hal ini terjadi karena persaingan yang semakin ketat, yaitu ditunjukkan dengan munculnya pusat-pusat kebugaran yang sejenis dengan memberikan pelayanan sama.

Tingginya tingkat persaingan antar fitness center yang ada di Kota Bandung diikuti dengan perkembangan fitness center baik dalam inovasi alat, program, instruktur dan lain-lain. Hal ini dapat dilihat dari tabel 1.2.

Tabel 1.2
Banyaknya Usaha Olahraga Menurut Klasifikasi Instruktur, fasilitas, sarana prasarana, serta Banyaknya member di Kota Bandung Tahun 2012

Klasifikasi fitness center	Banyaknya			Banyaknya Member		
	Usaha	Instruktur	Fasilitas	Indonesia	Asing	Jumlah
1	2	3	4	5	6	7
Berbintang						
Bintang 1	1	8	16	492	5	497
Bintang 2	5	10	59	1659	78	1737

Teten Hidayat, 2013

Studi Komparatif Dua fitness Center Terbesar Di Kota Bandung Dalam Hal Kualitas Pelayanan Dan Sarana-Prasarana Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Pengunjung
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Bintang 3	8	16	93	1451	161	1612
Bintang 4	10	30	116	1097	277	1347
Bintang 5	7	28	163	484	226	710
Jumlah	31	92	427	5.183	747	5.93

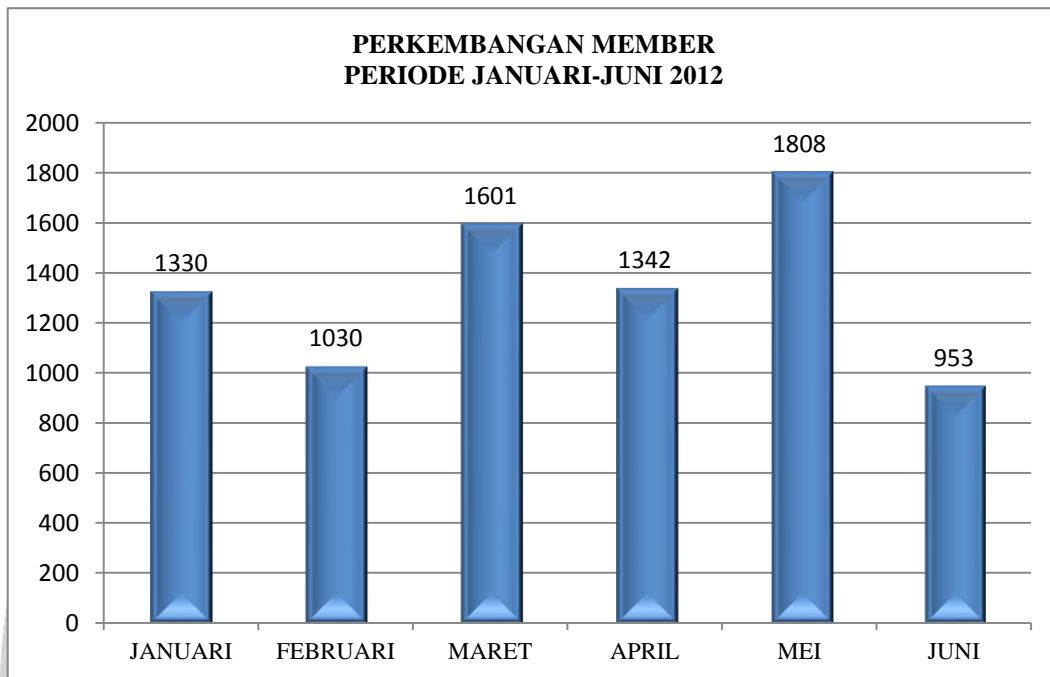
Sumber: Dinas Pariwisata Kota Bandung

Tian Kurniati (2004:2) menyatakan bentuk pelayanan (*customer service*) yang dikehendaki masyarakat dewasa ini adalah pelayanan yang:

- a. Komunikatif yaitu ciri pelayanan yang didasarkan pada kemampuan interpersonal yang baik sehingga komunikasi yang terjadi bermanfaat bagi petugas dan pelanggan,
- b. Informatif yaitu ciri pelayanan yang bisa memberikan informasi secara jelas, lengkap, dan benar bagi kepuasan pelanggan, dan
- c. *Comfortable* yaitu situasi dan kondisi pelayanan yang didukung oleh lingkungan yang menyenangkan.

Kualitas pelayanan merupakan aplikasi dari ketepatan dan keakuratan penyajian informasi serta akses data yang cepat. Disamping itu, pengelolaan sistem informasi juga berguna untuk lebih menjamin kualitas pelayanan yang baik dalam setiap proses yang dilakukan. Karena kualitas pelayanan tidak bisa dianalisa hanya pada saat kualitas pelayanan dilakukan. Segala macam data dan fakta yang diperlukan harus terus dikumpulkan agar pada saat pegawai akan memberikan pelayanan dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang selalu *up to date*.

Rendahnya kualitas pelayanan dapat dilihat dari perkembangan member, seperti tampak pada gambar 1.1.



Sumber: Front Office Celebrity Fitness dan d,Grove Wellnness center

Gambar 1.1
Perkembangan Member
Periode Januari-Juni 2012

Gambar 1.1, Menunjukkan pada periode Januari-Juni 2012 terdapat kenaikan dan penurunan jumlah member. Jumlah tertinggi member pada bulan juni mengalami penurunan yang sangat drastis dibanding dengan penurunan yang terjadi pada bulan-bulan sebelumnya

Kurang optimalnya proses pemberian pelayanan yang berkualitas. Sehingga perlu adanya pembaharuan informasi yang tepat dan akurat untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang akan diberikan. Dengan demikian, sistem informasi

Teten Hidayat, 2013

Studi Komparatif Duafitness Center Terbesar Di Kota Bandung Dalam Hal Kualitas Pelayanan Dan Sarana-Prasarana Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Pengunjung
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pelayanan menjadi sebuah faktor dominan dalam pengambilan keputusan untuk menciptakan sebuah proses pelayanan yang berkualitas serta meningkatkan minat pengunjung/member untuk datang dan berolahraga.

Penerapan sistem informasi manajemen pelayanan fitness center memberikan sumbangan yang sangat berarti bagi kelancaran aktivitas kerja, karena kualitas pelayanan yang baik dapat menarik minat pengunjung.

Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected services*). Bagi perusahaan kuncinya adalah menyesuaikan atau melebihi harapan mutu jasa yang diinginkan konsumen. Mengingat pentingnya sebuah proses pelayanan prima di fitness center akan berpengaruh pada tingkat kunjungan pelanggan, menjadi salah satu keuntungan yang diperoleh dari penerapan proses pelayanan yang berkualitas. Oleh karena itu, jika permasalahan yang dikemukakan di atas dibiarkan begitu saja dapat mengakibatkan perusahaan kehilangan pelanggannya.

Kotler (dalam Fandy Tjiptono, 1998:24) mengatakan “Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan”. Hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan persepsi atau sudut pandang pelanggan atau sesuai harapan pelanggan.

Jumlah pelanggan sangat besar pengaruhnya terhadap kelangsungan fitnesscenter yang bergerak dalam bidang penjualan jasa, karena bagi fitness center,

Teten Hidayat, 2013

Studi Komparatif Dua fitness Center Terbesar Di Kota Bandung Dalam Hal Kualitas Pelayanan Dan Sarana-Prasarana Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Pengunjung
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pelanggan member merupakan sumber pemasukan. Semakin banyak pelanggan fitness center, maka semakin besar pemasukan yang dapat diraih fitness center, sebaliknya semakin sedikit pelanggan fitness center, maka semakin sedikit pula pemasukan yang dapat diraih perusahaan dimana terjadi kebangkrutan sebagai efek dari persaingan dan kualitas layanan yang menurun sehingga berkurangnya minat masyarakat, terhadap klub kebugaran tersebut.

Kotler (dalam Buchari Alma, 2007:275) mengemukakan:

Pelanggan akan membandingkan layanan yang diberikan fitness center dengan layanan yang mereka harapkan. Jika pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan kembali menggunakan jasa perusahaan dan menjadi pelanggannya yang setia serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain, sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari kondisi itu, yaitu mendapatkan pelanggan yang loyal yang sekaligus membantu promosi perusahaan. Sebaliknya jika pelanggan merasa tidak puas, maka pelanggan tersebut juga akan menceritakan pengalamannya yang mengecewakan tersebut kepada orang lain, sehingga akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan yang akan berakibat menurunnya jumlah pemakai jasa perusahaan.

Penjelasan di atas berlaku juga bagi usaha fitness center/Pusat kebugaran merupakan sebuah perusahaan jasa yang tidak hanya dikenal sebagai tempat berolahraga, tetapi dikenal juga karena pelayanan yang diberikan. Terkadang fitness center dan fasilitasnya sangat menunjang akan tetapi jika tidak ditunjang dengan pelayanan yang memuaskan, maka member tetap merasa tidak puas. Dari uraian di atas dapat dilihat betapa pentingnya arti kualitas pelayanan didalam fitness center.

Kualitas pelayanan yang baik artinya dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, memuaskan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan harus dapat dilakukan dengan cepat, yaitu dengan memberikan kewenangan, dorongan dan kepercayaan kepada karyawan sehingga mereka lebih kreatif di dalam menyelesaikan pekerjaan dan dapat mengambil tindakan yang dianggap tepat pada saat melayani pelanggannya dan menangani keluhan yang diajukan. Sehingga tercipta pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan.

Usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan bukanlah hal yang sederhana untuk menciptakan kualitas pelayanan yang efektif dan efisien dibutuhkan konsep yang tidak berdiri sendiri melainkan tergantung kepada sejumlah variabel yang mempengaruhinya. Dalam prosesnya banyak faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, salah satunya adalah sistem informasi. Seperti yang dikemukakan oleh Azhar Susanto (2004:2) bahwa “bentuk dan kemampuan perusahaan mengelola akan mempengaruhi kualitas pelayanan yang dihasilkan di dalam organisasi tersebut”.

Dalam ini baik buruknya pengelolaan pelayanan merupakan salah satu faktor yang menunjang peningkatan atau penurunan kualitas pelayanan serta minat pelanggan. Seperti yang dikemukakan oleh Kenneth C. Laudon (2008:15):

Dari perspektif teknis, sebuah kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai sekumpulan komponen yang saling berhubungan, biaya, peningkatan pendapatan, dan peningkatan kualitas pelayanan jasa. Menurut Moenir (2001:53) “Sistem informasi

berpengaruh besar terhadap sistem pelayanan secara positif, sebab dengan demikian dapat mempercepat pekerjaan, waktu dapat menjadi lebih efisien.”

Berdasarkan beberapa pendapat ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa sebuah pelayanan dalam fitness center yang dapat menyediakan *total solution* untuk semua kebutuhan memiernya guna mendapatkan kepuasan dalam pelayanan sehingga member dapat menilai baik tidaknya sebuah pelayanan fitness center.

Pendekatan kualitas pelayanan yang akan dijadikan acuan dalam penelitian ini adalah SERVQUAL (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman et.al (dalam Fandy Tjiptono, 2005:157) yang menyatakan “SERVQUAL dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang diharapkan (*expected service*).”

SERVQUAL yang dikembangkan Parasuraman et.al (dalam Fandy Tjiptono, 2005:157) merupakan indikator kualitas jasa yang meliputi:

1. *Tangible* (bukti langsung) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. *Reliability* (keandalan) yakni kemampuan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera, akurat dan terpercaya.
3. *Responsiveness* (ketanggapan) yaitu keinginan para staf untuk membantu pada pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. *Assurance* (keterjaminan), yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
5. *Empathy* (empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan, meliputi kemudahan dalam

Teten Hidayat, 2013

Studi Komparatif Dua fitness Center Terbesar Di Kota Bandung Dalam Hal Kualitas Pelayanan Dan Sarana-Prasarana Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Pengunjung
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

melakukan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat diambil kesimpulan sementara bahwa sistem informasi manajemen pelayanan pusat kebugaran dengan menggunakan aplikasi *power pro* adalah penting dalam menunjang kualitas pelayanan yang diberikan kepada para member pusat kebugaran sehingga akan berpengaruh positif juga pada minat pelanggan tersebut. Kiranya inilah yang menarik penulis untuk mengadakan penelitian, yaitu ingin mengungkap tentang sarana prasarana, kualitas layanan serta minat pengunjung di *Celebrity fitness* dan *d'Groove wellness center*.

B. Rumusan masalah

Pengertian dari rumusan masalah adalah suatu proses berpikir untuk memfokuskan masalah penelitian. Sehingga penelitian ini difokuskan apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan sarana pasar di *Celebrity Fitness Center and d'Groove* terhadap minat pengunjung fitness center dimana kualitas pelayanan dan sarana prasarana yang ada di dua fitness center tersebut ,dengan demikian maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan antara di *d'Groove sport and wellnes center* dengan *Celebrity fitness* terhadap minat pengunjung?
2. Apakah terdapat pengaruh sarana-prasarana antara *d'Groove sport and wellnes center* dengan *Celebrity fitness* terhadap minat pengunjung?

3. Apakah terdapat perbedaan kualitas pelayanan dan sarana-prasarana antara Celebrity fitness dan d,Groove serta pengaruhnya terhadap minat pengunjung?

C. Batasan Masalah

Batasan masalah merupakan pertanyaan penelitian yang mempunyai tujuan untuk mempermudah adanya pembatasan ruang lingkup penelitian, sehingga peneliti membatasi masalah dengan tahapan berikut:

1. Kualitas pelayanan, di fitness center *d'Groove Wellnness Center dan Celebrity Fitness Center*.
2. *Sarana- prasarana* di fitness center *d'Groove Wellnness Center dan Celebrity Fitness Center*
3. Memilih Kualitas pelayanan dan sarana-prasarana yang lebih baik antara *d'Dgroove Sport and wellnes center* dan *Celebrity fitness*serta pengaruhnya terhadap minat pengunjung?

D.Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi dan gambaran mengenai perbedaan kualitas pelayanan di *'d Groove sport and wellnes center* dan *Celebrity Fitness Center* terhadap minat pengunjung.

2. Tujuan Khusus

Teten Hidayat, 2013

Studi Komparatif Dua fitness Center Terbesar Di Kota Bandung Dalam Hal Kualitas Pelayanan Dan Sarana-Prasarana Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Pengunjung
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tujuan khusus dalam penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah di atas adalah sebagai berikut:

- a. Memperoleh informasi mengenai kualitas pelayanan di *d'Groove Wellness center*. dan *Celebrity Fitness*.
- b. Memperoleh informasi sarana-prasarana di *Celebrity Fitness*. *d'groove wellness center*.
- c. Memperoleh informasi seberapa besar perbedaan pelayanan dan sarana - prasarana antara *d'Groove wellness center* dan *Celebrity Fitness*,
- d. Untuk membatasi penelitian ini dalam memperoleh data penelitian ini, dilakukan observasi terhadap, manajemen perusahaan, proses pelayanan, sarana-prasaran dan program dari kedua fitness center tersebut.
- e. Sarana prasarana yang menjadi obyek penelitian yaitu seluruh sarana prasarana yang terdapat di dua fitness center.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi ilmu pengetahuan yaitu dapat memperkaya konsep atau teori yang mendukung ilmu pengetahuan olahraga khususnya yang terkait dengan perkembangan kualitas pelayanan dalam pusat kebugaran, sarana prasarana, dalam menyongsong era industri olahraga *fitness center*.

2. Secara praktis, penelitian ini juga diharapkan memberikan manfaat yaitu:

Teten Hidayat, 2013

Studi Komparatif Dua fitness Center Terbesar Di Kota Bandung Dalam Hal Kualitas Pelayanan Dan Sarana-Prasarana Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Pengunjung
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- a. Dapat memberikan masukan yang berarti bagi pengelolaan fitness center dan gambaran dalam menciptakan dan menyediakan kualitas layanan yang baik sehingga dapat meningkatkan kualitas minta masyarakat serta kemampuan perusahaan dalam menyediakan program untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap para *member*-nya
- b. Dan bermanfaat bagi para instruktur untuk mendorong mereka dalam meningkatkan kemampuan gunatercapainya pelayananyang prima sehingga pengunjung lebih tertarik dan benar-benar mendapatkan manfaatnya.
- c. Bermanfaat bagi pengguna yaitu member dalam menjaga kualitas dan derajat kesehatan.

F. Anggapan Dasar

Anggapan dasar merupakan landasan bagi penulis untuk melakukan sebuah penelitian. Dengan dukungan berbagai teori dan hasil penelitian yang sudah ada, maka akan menjadi dasar pegangan penulis mengenai arah penelitian. Suriasumantri (1986) dalam Sugiyono (2006:92) menjelaskan bahwa, ‘Seorang peneliti harus menguasai teori-teori ilmiah sebagai dasar bagi argumentasi dalam menyusun kerangka pemikiran yang membuahkan hipotesis.’ Teori-teori ilmiah ini adalah yang mendasari seorang peneliti untuk membuat suatu hipotesis dari penelitian yang diajukan. Berikut ini penulis uraikan anggapan dasar yang mendasari pembentukan hipotesis penelitian yang diusulkan.

Prinsip kualitas pelayanan adalah setiap kegiatan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan (member). Pelayanan juga berarti setiap tindakan

Teten Hidayat, 2013

Studi Komparatif Dua fitness Center Terbesar Di Kota Bandung Dalam Hal Kualitas Pelayanan Dan Sarana-Prasarana Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Pengunjung
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

untuk membantu, menolong, memudahkan sertamemberikan manfaat dan kenyamanan. yang pada akhirnya terjadi sebuah interaksi untuk mendapatkan suatu kepuasan sehingga akan menunjukkan ketertarikan minat masyarakat kota Bandung untuk bergabung dengan pusat kebugaran selain itu kualitas pelayanan merupakan pendekatan dan penggerak utama bagi operasional kegiatan bisnis hal ini memegang peranan yang sangat penting. kualitas pelayanan mendukung seluruh proses latihan guna mencapai derajat sehat yang diinginkan.

Kualitas kemampuan instruktur adalah keunggulan yang dimiliki oleh seseorang yang cenderung satu dengan yang lainnya berbeda. Selain itu kemampuan adalah sesuatu yang dimiliki oleh seseorang yang dilihat dari hasil kerja yang dilakukannya mengenai hal tersebut *Robbin* (2007:57) menyatakan bahwa “kemampuan (*ability*) memperlihatkan kapasitas seseorang individu untuk melakukan beragam tugas dalam suatu pekerjaan”.

Kualitas pelayanan adalah setiap kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan (*member*), pelayanan juga merupakan setiap tindakan membantu, menolong, memudahkan dan menyenangkan serta bermanfaat bagi orang lain. Pelayanan juga merupakan serangkaian kegiatan sikap dan perilaku petugas dalam berkomunikasi secara lengkap dengan peserta atau member secara langsung atau tidak langsung.

Pengaruh sarana prasarana terhadap minat pengunjung pusat kebugaran dalam sebuah layana menjadi salah satu faktor yang sangat penting dan besar pengaruhnya

terhadap minat pengunjung, dalam konteks menentukan kualitas sebuah pusat kebugaran.

Sarana prasarana olahraga yang sesuai dengan kebutuhan ditentukan dengan standar ruang perorangan. Sarana prasarana olah raga disesuaikan dengan kondisi masyarakat yang berolahraga itu sendiri. Sehingga disini kunci dan tujuan sarana prasarana adalah media olahraga yang diharapkan dapat menunjang kegiatan olahraga sehingga berjalan dengan baik, penggunaan prasarana olahraga selalu dikaitkan dengan kegiatan olahraga, yang modern, dan terbaru, peralatan yang multi fungsi, program-program menarik sebagai hasil sebuah inovasi.

Minat merupakan salah satu tanda kematangan dan kesiapan seseorang untuk giat dalam kegiatan. Minat erat sekali hubungannya dengan suka atau tidak suka, tertarik atau tidak tertarik, senang atau tidak senang. Minat tidak terdorong dengan sendirinya, tetapi sesuatu yang terwujud disebabkan pengaruh-pengaruh tertentu seperti guru yang baik serta penguasaan materi pelajaran. Dalam hal ini, minat merupakan kecenderungan pada diri yang berhubungan dengan perasaan senang atau tidak senang dan tertarik atau tidak tertarik terhadap mata pelajaran tertentu. Dari beberapa pengertian di atas dapat diartikan bahwa sarana prasarana olahraga adalah sumber daya pendukung yang terdiri dari segala bentuk jenis bangunan/tanpa bangunan yang digunakan untuk perlengkapan olah raga. Sarana prasarana olahraga yang baik dapat menunjang pertumbuhan masyarakat yang baik.

Perasaan senang akan menimbulkan minat, yang diperkuat lagi oleh sikap yang positif. Minat akan timbul apabila ada perasaan senang terhadap suatu objek. Menurut

Teten Hidayat, 2013

Studi Komparatif Dua fitness Center Terbesar Di Kota Bandung Dalam Hal Kualitas Pelayanan Dan Sarana-Prasarana Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Pengunjung
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Sukardi (1994:61) minat merupakan suatu kesukaan, gambaran atau kesenangan akan sesuatu. Minat akan mengidentifikasi preferensi seseorang terhadap orang, benda, atau aktivitas lainnya. Minat adalah penting dalam pengambilan pilihan terhadap suatu jabatan tertentu. Dalam suatu hal, anda mungkin akan merasa lebih puas dengan suatu pekerjaan jika aktivitas kerja anda adalah menarik hati anda.

Sebagian lagi berpandangan bahwa Minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari campuran-campuran perasaan harapan, pendidikan, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu (Andi Mappier, 1982:62). Menurut Slameto (1995:180) “minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh”. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat. Menurut Abu Ahmadi (1998:151) “Minat adalah sikap jiwa orang seseorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, emosi) yang tertuju pada sesuatu, dan dalam hubungan itu unsur perasaan yang terkuat”.

1. Lester D. Crow & Alice Crow (Ahmadi, 1998:152) mendefinisikan minat adalah ‘kemampuan untuk menurut memberikan stimulus yang mendorong kita untuk memperhatikan seseorang, suatu kegiatan, suatu yang dapat memberi pengaruh terhadap pengalaman yang telah distimulus oleh kegiatan itu sendiri. Dengan kata lain minat dapat menjadi sebab oleh suatu kegiatan dan hasil dari keikut sertaannya dalam kegiatan kebugaran’.

2. Bertujuan untuk membantu menolong dan menyenangkan konsumen (member) sebagai wujud dari (*Personality manner*) untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Atep (2003:18) menyatakan bahwa *serve* adalah singkatan yang berarti:
 3. *Self awareness*: Menanamkan kesabaran diri sehingga dapat memahami posisi, agar mampu memberikan pelayanan dengan cepat, benar, akurat.
 4. *Enthusiasm* : Melakukan pelayanan penuh antusias.
 5. *Reform* : Memperbaiki kinerja pelayanan diri dari waktu ke waktu.
 6. *Value* : Memberikan pelayanan yang mempunyai nilai tambah.
 7. *Impressive* : Menampilkan diri secara menarik secara menarik tetapi tidak berlebihan.
 8. *Care* : Memberikan perhatian atau kepedulian kepada pelanggan (*member*). Secara optimal.
 9. *Evaluation* : Mengevaluasi pelaksanaan layanan yang sudah diberikan
 10. *Customer service* adalah setiap kegiatan yang ditujukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen (member) cara memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Fitness Center (Pusat Kebugaran) Merupakan salah satu produk dari industri yang menghasilkan jasa Kothler & Kehler (2006:372) mengemukakan pengertian jasa service sebagai berikut:

"a service is an act or performance that one party cant over to another that is assentially intangible and does not result in the ownership of anything its production may or may not be tied to a physical product". (jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara

Teten Hidayat, 2013

Studi Komparatif Dua fitness Center Terbesar Di Kota Bandung Dalam Hal Kualitas Pelayanan Dan Sarana-Prasarana Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Pengunjung
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan, produksi jasa dapat terikat atau tidak terikat pada suatu produk fisik).

Selanjutnya *Stanton* (2002:537) mengemukakan definisi jasa sebagai berikut:

Services is identifiable activities that are the main object of a transaction designed to provide an satisfaction to customers by this definition we include aupplementary services that support the sale of goods or where service“ (jasa adalah aktivitas tidak berwujud yang di identifikasikan sebagai obyek utama dari bentuk transaksi yang menyediakan keputusan kepada pelanggan).

Jasa pada dasarnya adalah seluruh aktivitas ekonomi dengan output sebagai produk dalam pengertian fisik dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud bagi pembeli pertamanya.

Dari berbagai pemaparan yang diuraikan, dapat dijabarkan bahwa kualitas pelayanan dapat dipengaruhi oleh kualitas instruktur, program perusahaan dan sarana prasarana akan berpengaruh terhadap minat pengunjung pusat kebugaran

G. Metode penelitian

Metode adalah suatu cara yang digunakan dalam mengungkap permasalahan penelitian. Adapun metode yang digunakan harus efektif dan efisien serta dapat memberikan solusi yang tepat dalam menjawab permasalahan penelitian.

Penggunaan metode didasarkan pada kebutuhan dan permasalahan penelitian yang hendak diselesaikan. Dengan kata lain bahwa, sebuah metode harus dapat efektif dan efisien dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Jenis dari metode penelitian pada dasarnya bermacam-macam, seperti penelitian eksperimen,

Teten Hidayat, 2013

Studi Komparatif Duafitnes Center Terbesar Di Kota Bandung Dalam Hal Kualitas Pelayanan Dan Sarana-Prasarana Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Pengunjung
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

survey, deskriptif dan sebagainya. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian studi komparatif.

Mencermati masalah yang akan diteliti, yakni pengaruh kualitas pelayanan, kualitas instruktur, program pusat kebugaran, sarana prasarana di dalam pusat kebugaran terhadap minat pengunjung pusat kebugaran maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif komparatif dengan pendekatan kuantitatif.

H. Lokasi Populasi dan Sampel penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di dua fitness center yaitu *d'Groove sport wellnes center* dan *Celebrity Fitness*, dengan dilakukan Pengumpulan data kuesioner dan dokumentasi dilakukan kepada seluruh member yang menjadi penelitian dari beberapa *fitness center* yang menjadi populasi penelitian.

2. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian, baik berupa benda, tempat, maupun simbol-simbol yang dapat dijadikan sebagai sumber data. Sehubungan dengan pendekatan penelitian ini adalah deskriptif komparatif, maka populasi penelitian ini adalah anggota fitness center *d'Groove sport and wellnes center* dan *Celebrity Fitness* di Kota Bandung. dengan jumlah sampel sebanyak 60 orang sampel yang di ambil terdiri dari, 30 orang member *celebrity fitness* dan 30 orang dari member *d. Groove*.

Teten Hidayat, 2013

Studi Komparatif Dua fitness Center Terbesar Di Kota Bandung Dalam Hal Kualitas Pelayanan Dan Sarana-Prasarana Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Pengunjung
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3. Sampel Penelitian

Adapun metode pengambilan sampel yang dipakai pada penelitian ini adalah teknik sampling (Sugiono, 2009; 124), sampel yang di ambil yaitu sebanyak 60 orang member dari jumlah keseluruhan populasi, yang akan dijadikan sampel penelitian yaitu setiap anggota dari *d'grove* dan *Selebrity Fitness Center*.

I. Sruktur Organisasi Tesis

Penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab, bagian awal terdiri atas halaman judul, halaman pengesahan, pernyataan keaslian, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar lampiran dan abstraksi.

Bab I Pendahuluan, mencakup latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, asumsi, metode penelitian secara garis besar beserta teknik pengumpulan dan pendekatannya, lokasi dan sampel penelitian, serta struktur organisasi tesis.

Bab II, mencakup kajian pustaka, kerangka pikir dan hipotesis penelitian yang berkaitan dengan dasar kualitas layanan dan minat pengunjung pusat kebugaran.

Bab III, metode penelitian, yang menguraikan dengan lebih rinci mengenai metode penelitian yang akan dipergunakan dalam penelitian ini, bahasan mengenai lokasi penelitian, sampel penelitian, desain penelitian dan justifikasi pemilihan desain penelitian, metode penelitian dan justifikasi penggunaan metode penelitian tersebut, definisi operasional, instrumen penelitian, proses pengembangan instrument, teknik

pengumpulan data dan pendekatan yang akan di gunakan, dan prosedur serta tahapan penelitian akan diolah secara mendalam dalam bab ini.

Bab IV, hasil penelitian dan pembahasan, memuat pengolahan dan analisis data untuk menghasilkan temuan dan pembahasan atau analisis temuan. Pengolahan data berdasarkan prosedur penelitian dan pembahasan atau analisis temuan. Pengolahan data dilakukan berdasarkan prosedur penelitian kuantitatif sesuai desain penelitian yang ada dalam Bab III

Bab V Kesimpulan dan saran, menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pengunjung Pusat Kebugaran (Studi mengenai sarana prasarana didalam pusat kebugaran di Kota Bandung)”.