

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, LOKASI DAN
MOTIVASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *FITNESS*
(Studi Pada Tiara *Fitness Center* Sunan Drajat Lamongan)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Disusun Oleh:

Ahmad Nailul Fauzi

21801081364

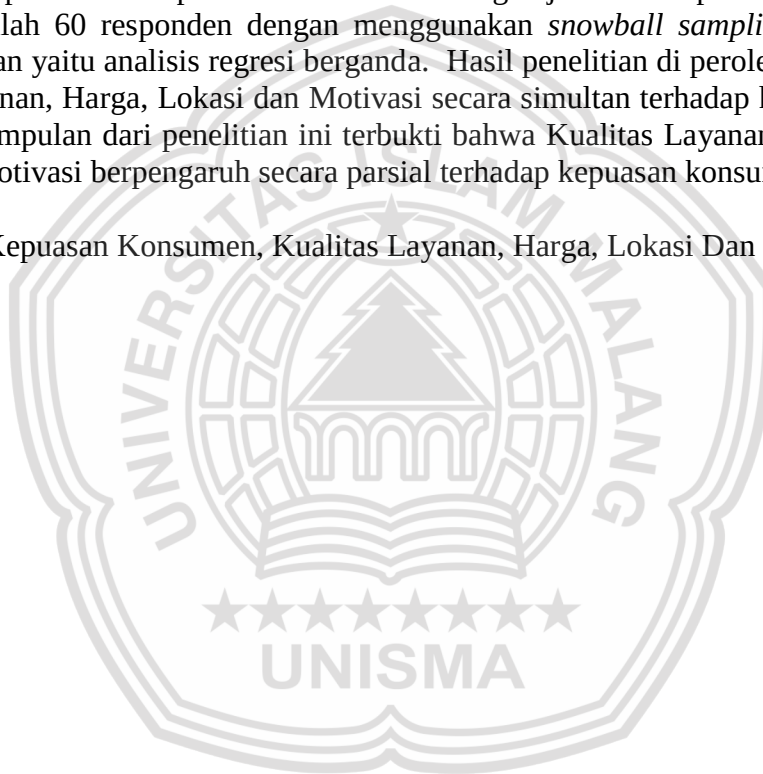


**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
TAHUN 2023**

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh rendahnya Tingkat kesadaran Masyarakat terkait gaya hidup yang sehat. Selain itu, pentingnya menjaga pola hidup sehat di masa pandemi *covid-19* saat ini adalah hal yang sangat penting untuk meningkatkan imunitas di dalam tubuh. Penelitian ini menggunakan fenomena gap, masalah yang di kaji dalam penelitian ini adalah apakah Kualitas Layanan, Harga, Lokasi dan Motivasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen baik secara parsial dan simultan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Kualitas Layanan, Harga, Lokasi dan Motivasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen *fitness center* sunan drajat lamongan . Populasi dalam penelitian ini adalah dengan jumlah sampel 60 dengan sampel sejumlah 60 responden dengan menggunakan *snowball sampling*. Data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda. Hasil penelitian di peroleh bahwa Kualitas Layanan, Harga, Lokasi dan Motivasi secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Simpulan dari penelitian ini terbukti bahwa Kualitas Layanan, Harga, Lokasi dan Motivasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

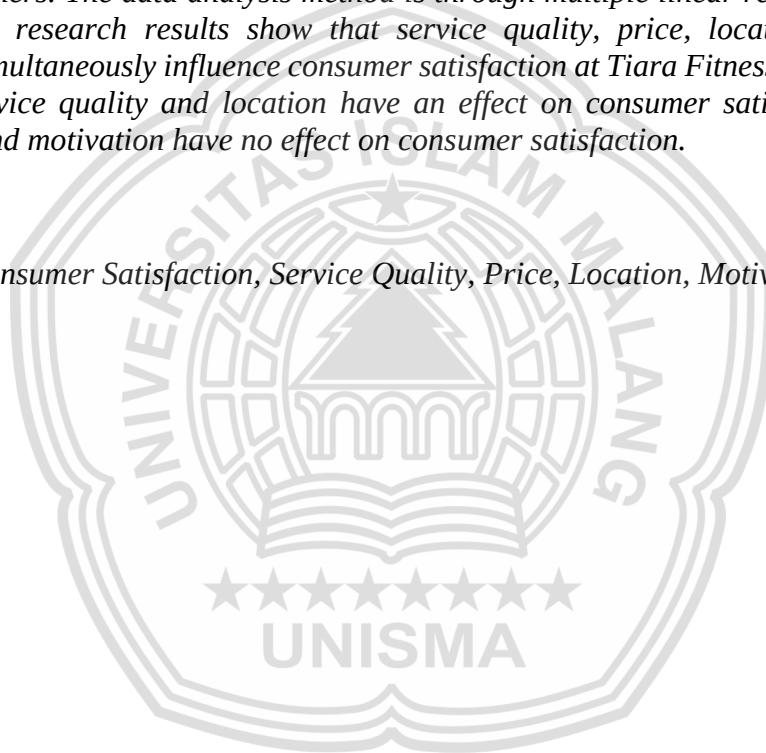
Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Kualitas Layanan, Harga, Lokasi Dan Motivasi



ABSTRACT

Most people think that fitness is only done by young people who want to gain weight. A fitness lifestyle is basically a way of life that involves doing things that make people healthier and fitter. At the Tiara Fitness center Sunan Drajat Lamongan, the average customer is high school and college students, quite a few are adults aged 30 years and over, because in adulthood many of them really care about health and fitness to maintain their body's immunity. The object of this research is the Tiara Fitness center Sunan Drajat Lamongan. The population in this study was 40 (members) fitness consumers. The sampling technique used in this research is a saturated sampling technique so that the sample in this research is 40 (members) fitness consumers. The data analysis method is through multiple linear regression analysis. The research results show that service quality, price, location and motivation simultaneously influence consumer satisfaction at Tiara Fitness Center. Partially, service quality and location have an effect on consumer satisfaction, while price and motivation have no effect on consumer satisfaction.

Keyword : Consumer Satisfaction, Service Quality, Price, Location, Motivation.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gaya hidup yang sehat pada saat ini jadi sesuatu kebutuhan yang berarti untuk masyarakat umum. Terlebih saat ini pandemi virus *Covid-19* lagi mewabah di segala penjuru dunia. Berbagai metode hendak ditempuh guna mempunyai gaya hidup yang sehat, baik dari nutrisi hingga dengan berolahraga secara teratur. Terlebih buat warga yang telah lanjut usia serta semakin padat kegiatan yang dilakukan seseorang, hingga membuat warga melupakan pentingnya olahraga sebagai kebutuhan untuk melindungi kesehatan badan dan menambah imunitas tubuh. Walaupun dengan modal yang lumayan banyak, tetapi sebagian besar warga berpendapat kesehatan adalah kepentingan yang paling utama. Dengan tubuh yang sehat pasti akan bisa melancarkan aktivitas-aktivitas yang dijalannya dengan mudah. Walaupun terdapat bermacam metode berolahraga yang gampang dan murah untuk melakukannya, tetapi banyaknya aktivitas tiap-tiap orang membuat warga melupakan untuk menyempatkan berolahraga dengan memperhatikan kebugaran tubuhnya. Aktivitas berolahraga yang gampang kerap disepelekan serta kerap dibiarkan terlebih aktivitas untuk menjaga kebugaran tubuh membutuhkan pengeluaran dan berkelompok.

Pengertian *fitness* menurut Zal (2011) adalah kegiatan olahraga pembentukan otot-otot tubuh atau fisik yang dilakukan secara rutin dan berkala, yang bertujuan untuk menjaga vitalitas tubuh dan berlatih disiplin

(dikutip dari <http://menujufitness.blogspot.com>). Oleh sebagian besar orang, *fitness* adalah aktivitas angkat-angkat besi yang hanya dilakukan oleh pria berusia muda yang ingin membesarkan badan. Definisi kata "*fitness*" itu sendiri adalah "kebugaran" atau *fitness* juga berarti "lebih dari sekedar sehat". Latihan (beban dan aerobik) hanyalah salah satu elemen dari gaya hidup *fitness*. Dan gaya hidup *fitness* pada dasarnya adalah gaya hidup yang melibatkan kegiatan ataupun aktivitas yang membuat orang menjadi lebih bugar dan jarang sakit.

Di Tiara *Fitness center* Sunan Drajat Lamongan ini rata-rata para pelanggan adalah para siswa SMA dan Mahasiswa, tidak sedikit pula orang dewasa yang berumur 30 tahun ke atas, di karenakan yang di usia dewasa banyak dari mereka benar-benar mepedulikan kesehatan dan kebugaran untuk menjaga imunitas tubuh mereka, tidak sedikit juga dari mereka hanya untuk menjaga penampilan agar terlihat muda seperti dulu. mereka sangat menjaga pola hidup sehat serta menjaga pola makan agar penampilan sesuai dengan apa yang mereka inginkan.

Menurut Kotler dan Keller (2012) kepuasan konsumen adalah merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil yang diharapkannya. Lalu menurut Tjiptono (2012) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Kualitas layanan memegang peran penting untuk mencapai tingkat kepuasan konsumen. Citra kualitas layanan yang baik menjangkau sudut pandang atau persepsi pihak

persepsi pihak perusahaan, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak perusahaan, melainkan berdasarkan sudut pandang konsumen.

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari konsumen setiap saat selalu berubah sehingga kualitas layanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Konsumen akan menilai layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan layanan yang diterima dengan layanan yang diharapkannya. Kualitas layanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan seberapa jauh pihak penyedia jasa dapat memberikan bentuk layanan yang sesuai dengan harapan konsumennya.

Menurut Purnamasari (2015) menjelaskan bahwa harga bagi konsumen merupakan bahan pertimbangan yang penting bagi konsumen untuk membeli produk pada suatu perusahaan, karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Masih menurut Purnamasari (2015) dapat dipahami bahwa harga merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu, permasalahan harga perlu juga ditinjau kaitannya dengan kepuasan konsumen. Banyak cara yang bisa dicapai oleh perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen, misalnya dengan memperhatikan faktor harga. Konsumen cenderung akan memilih perusahaan yang menawarkan produknya dengan harga yang relatif murah.

Lokasi menentukan kesuksesan suatu jasa karena erat kaitannya dengan

pasar potensial. Salah memilih lokasi perusahaan akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan itu sendiri (Tjiptono, 2012). Selain lokasi, bauran promosi yang dilakukan pemilik usaha akan menciptakan suatu penilaian tersendiri pada pikiran konsumen sehingga penilaian konsumen terhadap promosi produk atau jasa secara langsung maupun tidak langsung akan menciptakan *image* terhadap produk dan jasa itu. Definisi lain lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan (Ratnasari dan Aksa, 2011). Menurut Olson dan Paul (2014) lokasi adalah tempat atau berdirinya perusahaan atau tempat usaha. Lokasi fasilitas jasa seringkali tetap merupakan faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa (Tjiptono, 2012).

Menurut (Irviani dan Fauzi, 2018) “menyatakan motivasi sebagai proses yang menyebabkan (*intensity*), arahan (*direction*), dan usaha terus menerus (*persistence*) menuju pencapaian tujuan”. Menurut (Yusuf, 2018) “mendefinisikan motivasi sebagai keinginan dan energi yang diarahkan untuk pencapaian suatu tujuan. Motivasi adalah sebab dari tindakan”.

Motivasi merupakan proses yang menyebabkan seseorang berperilaku dengan cara tertentu dalam rangka memenuhi kebutuhan yang sangat individu untuk bertahan hidup, keamanan, kehormatan, pencapaian, kekuasaan, pertumbuhan dan rasa harga diri. (Kotler dan Keller, 2012).

Berdasarkan pada latar belakang maka penelitian ini diberi judul
“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, LOKASI DAN

MOTIVASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *FITNESS* (STUDI PADA TIARA *FITNESS CENTER* SUNAN DRAJAT LAMONGAN)”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan, harga, lokasi dan motivasi secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada Tiara *Fitness Center* Sunan Drajat Lamongan?
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Tiara *Fitness Center* Sunan Drajat Lamongan?
3. Bagaimana pengaruh Harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Tiara *Fitness Center* Sunan Drajat Lamongan?
4. Bagaimana pengaruh Lokasi secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Tiara *Fitness Center* Sunan Drajat Lamongan?
5. Bagaimana pengaruh Motivasi secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Tiara *Fitness Center* Sunan Drajat Lamongan?

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas layanan, harga, lokasi dan Motivasi secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Tiara *Fitness Center* Sunan Drajat Lamongan.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas layanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Tiara *Fitness Center* Sunan Drajat Lamongan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen untuk memilih Tiara *Fitness Center* Sunan Drajat Lamongan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Lokasi secara parsial terhadap kepuasan konsumen untuk memilih Tiara *Fitness Center* Sunan Drajat Lamongan.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Motivasi secara parsial terhadap kepuasan konsumen untuk memilih Tiara *Fitness Center* Sunan Drajat Lamongan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan kualitas layanan, harga, lokasi, dan motivasi terhadap kepuasan konsumen, maupun penelitian yang sejenis.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Sebagai sumber informasi untuk menjadi pertimbangan bagi tempat pusat kebugaran sebagai bahan masukan kepada pemilik Tiara *Fitness* mengenai bagaimana pentingnya kualitas layanan, harga, lokasi dan motivasi untuk kepuasan konsumen agar para konsumen yang datang lebih banyak lagi dan menjadi member tetap di Tiara *Fitness Center*.

b. Bagi Peneliti

Sebagai tambahan pengetahuan bagi penulis agar nantinya dapat membandingkan ilmu yang ada dalam perkuliahan atau teori dengan yang terjadi dalam dunia nyata. Serta memberikan pengalaman nyata dalam rangka mengimplementasikan pengetahuan penulis di bidang pemasaran.

c. Bagi Pihak Lain

Memberikan tambahan referensi bagi pihak-pihak yang ingin membuat penelitian terutama bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian selanjutnya. Dan dapat dijadikan perbandingan dalam melakukan pengembangan penelitian yang sama di masa mendatang. Menambah pengetahuan khususnya manajemen pemasaran, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi penelitian guna pengembangan penelitian lebih lanjut.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan maka dapat diambil kesimpulan yakni sebagai berikut :

- a. Kualitas layanan, harga, lokasi, dan motivasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Tiara *Fitness Center*.
- b. Kualitas layanan berpengaruh negatif signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Tiara *Fitness Center*.
- c. Harga berpengaruh negatif tidak signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Tiara *Fitness Center*.
- d. Lokasi berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Tiara *Fitness Center*.
- e. Motivasi berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Tiara *Fitness Center*.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya dilakukan pada member Tiara *Fitness Center*. Berjumlah 60 orang yang menjadi member yang digunakan untuk sampel. Sehingga kurang mewakili karena masih ada orang yang menjadi konsumen Tiara *Fitness Center* yang belum menjadi member.

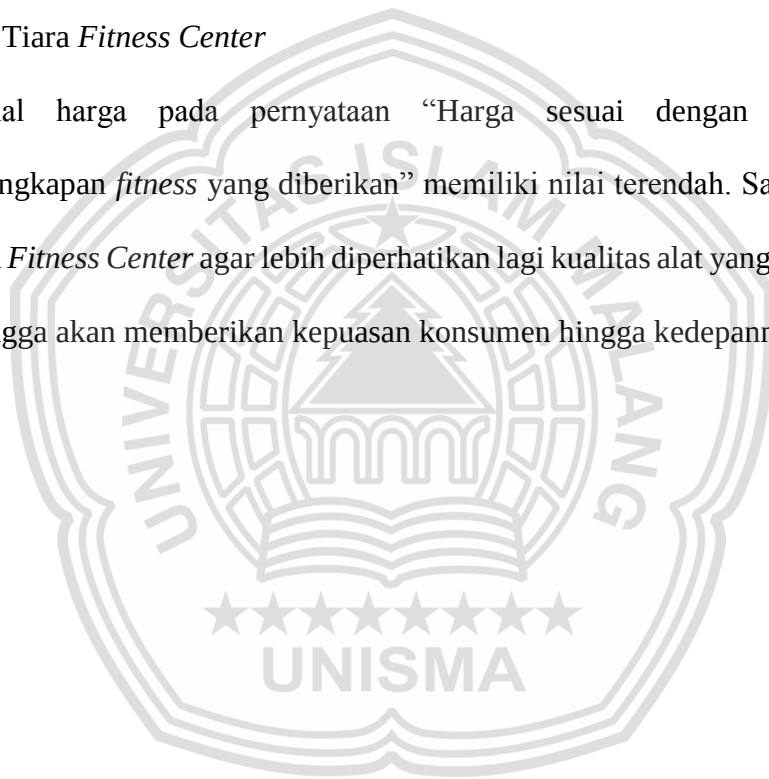
5.3 Saran

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya disarankan meneliti variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini atau menambah dengan variabel lain yang memiliki kontribusi lebih dalam memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

2. Bagi Tiara *Fitness Center*

Perihal harga pada pernyataan “Harga sesuai dengan kualitas perlengkapan *fitness* yang diberikan” memiliki nilai terendah. Saran bagi Tiara *Fitness Center* agar lebih diperhatikan lagi kualitas alat yang dimiliki sehingga akan memberikan kepuasan konsumen hingga kedepannya.



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Kesembelian, Alfabeth, Bandung.
- Andika. (2019). “Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pemilihan Fitness Center Sebagai Tempat Melatih Kebugaran Tubuh Pada Muscle Gym Di Samarinda”. *eJournal Administrasi Bisnis*, Volume 7, Nomor 3, 2019, 7, 863-876.
- Barus, Y. Y., Sinaga, R. V., Dan Sagala, R. (2020). “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Milala Service Station Medan)”. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 20, 141–150. <https://doi.org/10.54367/jmb.v20i1.694>
- Besrianto. (2020). “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Lokasi & Motivasi Konsumen Pada Keputusan Memilih Oleh Member Fitness center (Studi Pada Momon Gym Tlogo Mas Kota Malang” (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi).
- Echdar, Saban. (2017). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Fadhillah, Bayu., Handoyo D. Widodo., Dan Agung Budiarmo. (2013). “Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Karyawan Produksi Bagian Jamu Tradisional Unit Kaligawe PT. Njonja Meneer Semarang”. *Diponegoro Journal Of Social And Politic* Tahun 2013, Hal. 1-9
- Fadila, Dewi., Sari Lestari., Dan Zainal Ridho. (2013). *Perilaku Konsumen*. Palembang: Citrabooks Indonesia.
- Ferdinand, Augusty. (2011). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Edisi 3, AGF Books, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.
- Firmansyah, Anang. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.

- Fure, Hendra. (2013). *Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca*. Jurnal EMBA. Vol.1, No.3, September 2013: 273-283.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Handoko, T. Hani. (2011). *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Heizer, Jay., Dan Barry Render. (2015). *Prinsip-prinsip Manajemen Operasi : Operations Management*. Jakarta : Salemba Empat.
- Hendri Dan Rahman, Sarli. (2019). “*Analysis of The Effect Of Customer Value, Service Quality, And Price on Customer Satifaction at PT. Subur Bangun*”. Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan, dan Bisnis. Volume \$, Nomor 2. 228-243.
- Irviani., Dan Fauzi. (2018), *Pengantar Manajemen-Edisi Revisi*, Yogyakarta: ANDI (Aanggota IKAPI).
- Kotler, Philip., Dan Kevin Lane Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Achmad Engkos., Dan Ridwan. (2012). *Análisis jalur (Path Análisis)*, Edisi kedua, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Kuncoro, Mudrajad. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Linardi, R. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Online Shop RI_Watch*. Agora, 7(1), 5. @john.petra.ac.id
- Martono, Nanang. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raya Grafindo Persada.
- Niempuna, Sadana. (2016). “*Alasan-Alasan Pemilihan Fitness center/Gym Di Tinjau Dari Aspek Harga, Tempat, Promosi Dan Produk (Studi Kasus Pada Konsumen/Member Tri Tinggal Fitness center Yogyakarta)*”. FEB (Universitas Sanata Dharma Yogyakarta).
- Nopita, S. M., Dan Sri, E. (2021). *Pengaruh kuitas layanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada bakso mercon bu'yan) 1)2*. 1(April), 30–41.

- Oktarina, D. (2018). *Pengaruh Ekuitas Merek, Motivasi Dan Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Ilmiah FE-UMM, 12(1), 9–15.
- Olson, Jerry C., Dan Peter J. Paul. (2014). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Edisi Sembilan. Buku 2. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Panuntun, Dwi Okto. (2016). “*Analisis Pengaruh Motivasi, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Sinduadi Fitness Centre (Sfc) Sebagai Tempat Berolahraga*”. FIK Universitas Negeri Yogyakarta.
- Purnamasari. (2015). *Panduan Menyusun (SOP) Standard Operating Procedure*. Jakarta: Kobis (Komunitas Bisnis).
- Ratnasari, Ririn Tri., Dan Mastuti H. Aksa. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit: Ghalia Indonesia.
- Samsudin, Sadili. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Sari Dan Ekowati (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi*. Jurnal Manajemen. Vol. 18. No. 7. Hal 169-198.
- Setyo, Purnomo Edwin. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks*, Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol. 1, No. 6, hal. 755-764.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suminar, R. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hypermarket (Studi Korelasi Mengenai Kepuasan Konsumen di Komplek Perumahan Ciputat Baru Terhadap Kualitas Layanan Carrefour Cabang Lebak Bulus)*. Jurnal Sekretari, 4(1), 1–27.
- Sunyoto, Danang. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Surbakti, Andre. (2019). “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan pelanggan Pada Family Fitness Medan Focal Point*”. FEB, Universitas Sumatera Utara Medan.
- Sutrisno, Edy. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Penerbit: Jakarta, Kencana.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.

Yusuf, Hamli Arif. (2018). *Pemahaman Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.

Zal. (2011). *Pengertian fitness*. Dipetik Desember, 13, 2021, dari *Menuju Fitness* :<http://menujufitness.blogspot.com/2011/>.

