BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era perdagangan bebas dengan diiringi pertumbuhan ekonomi saat ini maka tidak lepas dari perkembangan bisnis. Terutama bisnis dalam bidang jasa yang beradadiberbagai wilayah di Indonesia , termasuk kabupaten Tulungagung. Dengan adanya kemajuan perkembangan bisnis jasa maka akan membawa dampak positif bagi negara Indonesia yaitu salah satunya memperbaiki perekonomian di Indonesia. Pesatnya perkembangan bisnis jasa sejalan dengan peningkatan kebutuhan masyarakat.Sehingga terjadi persaingan didalam suatu wilayah tersebut.

Menurut Rimma Roslika Situmorang ketatnya persaingan terjadi di seluruh bidang bisnis menuntut perusahaan memiliki strategi bersaing dan meningkat-kan pelayanannya untuk dapat memenangkan pasar dan mampu mengungguli pesaingnya serta memberikan kontribusi pada tingkat kepuasan pelanggan. Setiap perusahaan mempunyai strategi bersaing yaitu suatu rencana perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing yang berkelanjutan terhadap pesaing.[1]

---

[1]Rimma Roslika Situmorang, Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan*, Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, Vol. 4 No, 2 Oktober 2017.

Bauran pemasaran merupakan salah satu alat pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaanadalah bauran pemasaran atau marketing mix. Yang didefinisikan olehKotler*, Marketing mix is the set of marketing tools that the firm uses to pursue its marketing objectives in the target market*. yang kurang lebih memiliki arti bahwa bauran pemasaran adalah sejumlah alat-alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk menyakinkan obyek pemasaran atau targetyang di rancang untuk menentukan produk, harga, tempat, promosi. Sementara itu dalam pemasaran juga memiliki alat tambahan seperti sarana fisik, orang dan proses sehingga banyak dikenal dengan istilah 7P yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*Place*), promosi (*promotion*), fisik(*physicalevidense*), proses (*process*), orang (people).

Dengan berkembangnya bisnis jasa menyebabkan munculnya kompetesi atau persaingan bisnis jasa yang semakin ketat, salah satunya yaitu dalam aspek pemasarannya.Aspek pemasaran sangat mempengaruhi kelangsungan suatu usaha. Karena konsumen akan dihadapkan pada keadaan yang menawarkan untuk berkunjung ke tempat-tempat yang tepat buat konsumen tersebut. Salah satunya yaitu dengan bauran pemasaran tersebut.

Bauran pemasaran harus dilakukan oleh sebuah perusahaan bisnis jasa dikarenakan untuk menarik konsumen untuk membeli produk diperusahaan tersebut dengan sesuai kebutuhan konsumen tersebut. Disamping itu kualitas produk itu sendiri juga harus dijaga karena untuk

mempertahankan konsumen dalam waktu jangka panjang. Sehingga dari kualitas pelayanan ke konsumen yang ada maka akan berpengaruh ke calon konsumen selanjutnya, mereka akan percaya dengan produk yang dijual. Mereka mulai tertarik dengan bauran pemasarannya dan kualitas pelayanannya seimbang.

Disamping pentingnya bauran pemasaran di dalam sebuah perusahaan bisnis jasa maka tidak lepas dari kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan bisnis jasa kepada para konsumennya. Kualitas pelayanan merupakan suatu nilai dari sebuah perusahaan bisnis. kualitas pelayanan didefinisikan sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan. Secara etimologi kualitas adalah penilain konsumen terhadap keseluruhan keunggulan produk, sedangkan kualitas pelayanan merupakan pertimbangan global yang berhubungan dengan superioritas dari pelayanan.[2] Kualitas pelayanan dapat dilihat dari seberapa banyak konsumen yang membeli produk dengan begitu konsumen akan puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga mereka akan kembali lagi memberi produk dan menjadi pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting kaitannya dengan pengembangan usaha. Pelanggan yang mempunyai loyalitas yang tinggi akan senantiasa menggunakan produk atau jasa yang disediakan perusahaan, dan tidak akan terpengaruh jasa yang ditawarkan pihak lain. Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Kualitas

---

[2]Kasmir, *Etika, Customer Service,* (Jakarta : PT. Raja Grafindo, 2005), hlm 15.

pelayanan sangat penting kaitannya dengan eksistensi dan perkembangan keberhasilan perusahaan jasa. Kualitas pelayanan akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan berdampak pada loyalitas pelanggan pada penyedia jasa tersebut.[3]

Loyalitas konsumen merupakan bentuk perilaku dari konsumen setelah membeli produk. Loyalitas konsumen adalah arti penting bagi penjual produk. Dalam penjualan atau bisnis jasa loyalitas konsumen sangat diharapkan oleh pemilik bisnis tersebut. Dengan loyalnya konsumen mereka akan mencapai apa visi dan misi yang direncanakan oleh sebuah perusahaan. Pada dasarnya loyalitas konsumen tidak lepas dari pemilik bisnis yang mempunyai rencana untuk mencapai tujuan dari untuksebuah perusahaan atau organisasi. Sehingga perusahaan dapat berkembang dengan baik.

Di era modern saat ini banyak sekali berdiri bisnis jasa yaitu salah satunya bisnis tempat fitness. Dengan berkembangnya zaman, tempat fitnes sangat dibutuhkan bagi kalangan remaja sampai dewasa. Dikarenakan gaya hidup mereka yang semakin tinggi, terutama soal penampilan postur tubuh merupakan hal utama yang mereka perhatikan untuk membentuk postur tubuh semakin ideal.

Prisma fitness studio center merupakan salah satu usaha dibidang jasa yang berada di Tulungagung. Tempat fitness ini termasuk dibilang cukup sukses dalam merambah usaha, dengan melihat pangsa pasar yang cukup bagus dan lokasi yang cukup strategis. Dengan

---

[3]Fandy Tjipto, *Pemasaran Strategi,* (Yogyakarta: Andi, edisi 3 2008), hlm 25.

suksesnya sebuah perusahaan tidak luput dari banyaknya pesaing yang ada. Banyak sekali pelaku bisnis yang mendirikan usaha dibidang jasa tersebut. Di Tulungagung sendiri telah berdiri beberapa usaha fitnes diantaranya :

Tabel 1.1

Usaha Tempat Fitness di Tulungagung

NAMA BISNIS	ALAMAT
Prisma Fitness center	JL. Sultan Agung, Kepatihan, Tulungagung
Profess Fitness	Jl. K.H.R Abdul Fatah Barat, Mangunsari, Kedungwaru, Tulungagung
Satria Fitness	Jl. Raya Sumbergempol No 9, Tulungagung
Ladies Futness	Jl. Ngurah Rai gang 4 No. 17, Bago, Tulungagung
Bima GYM	Jl. Raya Tulungagung Trenggalek, Kauman No 4 Tulungagung
Moge Fitness	Jl. Raya Gempolan, Ngunut, Tulungagung

Sumber : Survey lokasi tempat fitnes Tulungagung

Berdasarkan pra-penelitian yang dilakukan oleh peneliti, pengunjung prisma fitness studio center ini banyak dikunjungi oleh para karyawan dan juga pelajar/mahasiswa sebagai solusi untuk menjaga kebugaran dan postur tubuh atletis karena punya sedikit waktu untuk berolahraga diluar ruangan (outdoor). Menurut mereka prisma fitness studio center Kepatihan Tulungagung ini mempunyai kualitas yang baik, dan harga yang lebih murah dibandingkan dengan tempat fitness lainnya, selain itu prisma fitness studio center memiliki lokasi yang sangat strategis jadi mudah

dijangkau dan memiliki fasilitas yang memadai, selain itu juga dalam melakukan pemasaran produk jasa dengan ajakan dari konsumen yang sudah menjadi pelanggan di tempat tersebut.

Dengan adanya usaha bisnis jasa fitness yang semakin banyak, maka konsumen akan dihadapkan pada pilihan tempat fitness yang sangat banyak menawarkan dengan berbagai macam dari keunggulan produk dari masing-masing usaha pula. Tentu ini akan mempengaruhi konsumen prisma fitness. Berikut adalah data konsumen atau pengunjung juga member dari prisma fitnes yaitu :

Tabel 1.2

DATA JUMLAH KONSUMEN

Bulan	Konsumen Member	Konsumen Non Member	Konsumen Perhari	Total Pengunjung
Januari	1300	5	±90	1305
Februari	1556	2	±125	1558
Maret	1250	10	±50	1260
April	1345	4	±95	1349
Mei	1400	5	±83	1405

Sumber : Front Office Prisma fitness Studio center 2018-10-03

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, dengan ini penulis mengkaji lebih dalam dan melakukan penelitian dengan judul :

"Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Prisma Fitness Studio Center Kepatihan Tulungagung"

B. Identifikasi Masalah

1. Bisnis jasa yaitu tempat fitness diTulungagung semakin merambah banyak sehingga persaingan semakin ketat.
2. Mempertahankan kualitas pelayanan agar konsumen tetap loyal terhadap produk tersebut.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi permasalahan adalah sebagai berikut :

1. Apakah faktor bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen prisma fitness studio center Kepatihan Tulungagung?
2. Apakah faktorkualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen prisma fitness studio center Kepatihan Tulungagung?
3. Apakah faktor bauran pemasaran dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen prisma fitness studio center Kepatihan Tulungagung?

D. Tujuan penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas, maka dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengujipengaruh bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen prisma fitness studio center Kepatihan Tulungagung.
2. Untuk mengujipengaruh kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen prisma fitness studio center Kepatihan Tulungagung.
3. Untuk mengujisecara simultanpengaruh bauran pemasaran dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen prisma fitness studio center Kepatihan Tulungagung.

E. Kegunaan penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik untuk kepentingan ilmiah maupun kepentingan praktis.

1. Secara teoritis

   Secara teoritis dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai acuan sebagai teoritis dan menambah khasanah ilmiah terutama dalam bidang manajemen pemasaran.

2. Secara praktis

   a. Bagi Akademisi

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan keilmuan khususnya di bidang pemasaran jasa, sebagai bahan refrensi serta tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung.

b. Bagi Institusi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam memberi kontribusi kepada prisma fitness studio center kepatihan Tulunagung dalam melakukan pemasarannya.

c. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman tentang pemasaran suatu produk mengenai bauran pemasaran, kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen.

F. Ruang Lingkup Penelitian dan Batasan Masalah

Dikarenakanluas dan banyaknya teori yang ada maka disini peneliti akan membatasi dalam membahas masalah-masalah yang akan diteliti. Agar penelitian ini lebih fokus. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Peneliti hanya melakukan penelitian di prisma fitness studio center Kepatihan Tulungagung. Dan tanpa melakukan perbandingan dengan tempat fitness studio lain.

2. Responden yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen di prisma fitness studio center Kepatihan Tulungagung.
3. Atribut yang digunakan dalam penelitian ini adalah bauran pemasaran, kualitas pelayanan, loyalitas konsumen.

G. Penegasan istilah

Dalam penelitian ini perlu penegasan istilah yang peneliti angkat agar tidak terjadi ketidaksamaan pemahaman dalam membaca skripsi ini, yaitu :

1. Secara konseptual
   a. Bauran pemasaran adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang digunakan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan dipasar tepat sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari : produk, harga, promosi dan tempat.[4] Sementara itu didalam pemasaran jasa terdapat istilah 7P yaitu dengan tambahan alat pemasaran seperti orang, sarana fisik dan proses.
   b. Kualitas pelayanan adalah penilain konsumen terhadap keseluruhan keunggulan produk, sedangkan kualitas pelayanan merupakan pertimbangan global yang berhubungan dengan superioritas dari pelayanan.[5]

---

[4]Philip kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran,* Edisi 12, Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm 62.

[5] Kasmir, *Etika Customer Service,,.....*hlm 15.

c. Loyalitas konsumen adalah suatu alat penting yang digunakan perusahaan untuk melihat seberapa konsumen puas dengan produk yang suatu dijual sehingga para konsumen memprioritaskan untuk menggunakan produk pada perusahaan tersebut.

2. Secara operasional

Dari definisi secara konseptual sebagaimana diatas maka operasionalnya dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen prisma fitness studio center Kepatihan Tulungagung. Adapun yang menjadi indikator-indikator dalam penelitian ini adalah bauran pemasaran, kualitas pelayanan yang dilakukan oleh prisma fitness studio center Kepatihan Tulungagung yang akan mempengaruhi loyalitas konsumennya.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Adapun sistematika penulisan skripsi maka penulis perlu menyusun sistematika penulisan sedemikian rupa sehingga dapat menunjukan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Maka penulis akan mendeskripsikan sistematika penulisan menjadi 3 bagian, yaitu bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir, sebagaimana

berikut :[6]

1. Bagian Awal

   Pada bagian ini berisi halaman sampul depan, halaman judul. halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian, motto, halaman persembahan, prakata, halaman daftar isi, halaman tabel, halaman daftar gambar, halaman daftar, lampiran, transliterasi dan abstrak

2. Bagian Inti

   Pada bagian ini terdiri dari 6 (enam) bab dengan rincian sebagai berikut: dalam bab pertama ini akan dijelaskan gambaran singkat apa yang akan dibahasan dalam skripsi, yaitu : latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasanistilah dan sistematika penulisan skripsi. Pada bab ini peneliti menggambarkan tentang keadaan dari berbagai hal mengapa skripsi dibuat dengan judul tersebut dan mengidentifikasi dan pembatasan masalahnya serta fokus penelitian, tujuan dilakukan penelitian serta kegunaan penelitian, penegasan istilah dan hal apa yang akan ada dalam skripsi ini.

   Dalam bab kedua ini membahas tentang variabel pertama yaitu bauran pemasaran, dan variabel kedua yaitu kualitas

---

[6]Tim Penyusun, *Buku Pedoman Penyusunan Skripsi Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Pedoman Penyusunan Skripsi*. (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2016), hlm. 33.

pelayanan, dan juga variabel ketiga yaitu loyalitas konsumen, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, hipotesis penelitian.Kaitannya bab kedua ini dengan bab pertama yaitu pada pada bab ini menjelaskan mengenai teori dari berbagai variabel yang tercantum dalam judul sehingga dapat menjadi acuan untuk bab selanjutnya.

Dalam bab ketiga ini dijelaskan tentang metode penelitian yang digunakan terdiri dari, pendekatan dan jenis penelitian, sumber data, tekhnik pengumpulan data dan instrumen penelitian, analisisdata. Pada bab ini penulis menjelaskan secara rinci mengenai cara dan pengaplikasian data yang diperoleh dan cara mengolahnya disesuaikan dengan judul skripsi.

Dalam bab keempat ini berisi tentang paparan data atau hasil data yang disajikan dalam sebuah pertanyaan-pertanyaan atau sebuah pernyataan-pernyataan penelitian dan analisis data. Paparan tersebut diperoleh dari pengamatan, wawancara dan deskripsi informasi lainnya. Sehingga dalam bab ini merupakan penyajian paparan data dari lapangan yang telah disusun sedemikian rupa. yang meliputi bauran pemasaran, kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen prisma fitness studio center kepatihan Tulungagung. Dan penulis juga akan memberikan pemaparan atau analisis mengenai hasil dari penelitian.

Dalam bab kelima ini akan dibahas mengenai pembahasan

data penelitian dan analisis data. Dan juga kaitannya dengan latar belakang maupun fokus penelitian dan teori yang ada.

Dalam bab keenam ini menguraikan tentang kesimpulan penelitian dan adapun saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan terhadap adanya penelitian yang dilakukan berdasarkan analilis data dari temuan di lapangan, implikasi penelitian dan adapun saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan terhadap adanya penelitian ini, baik kepada pihak studio maupun pihak lain yang mengadakan penelitian ini.

3. Bagian akhir

   Pada bagian ini memuat daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.