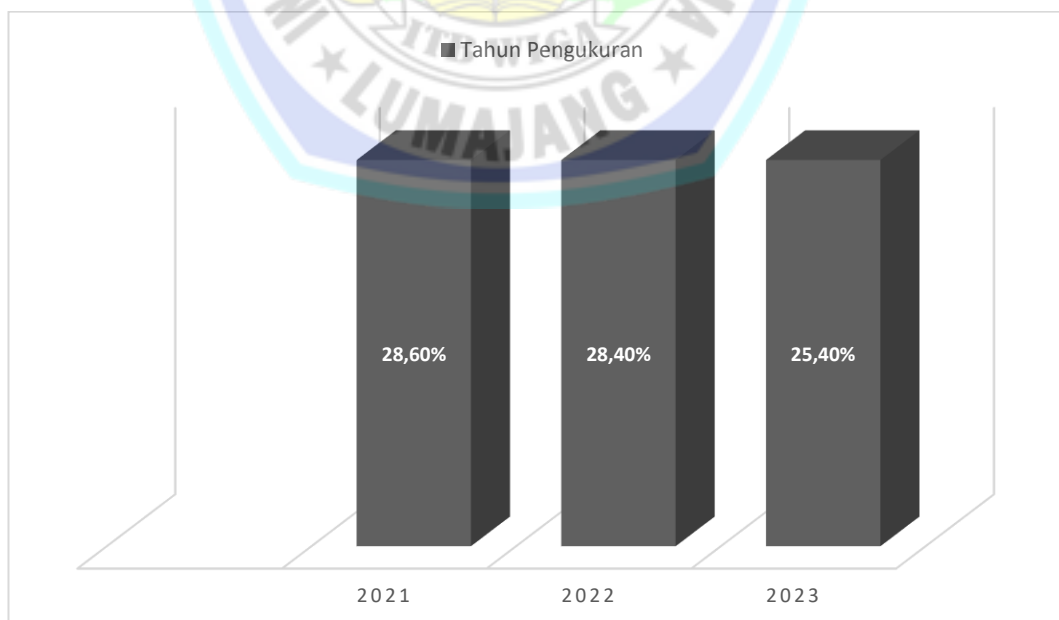


BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kebugaran jasmani di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami penurunan, meskipun masyarakat sadar bahwa kesehatan fisik dan mental itu penting, namun tingkat kebugaran di Indonesia masih tergolong rendah. Dengan berkembangnya teknologi yang semakin canggih, masyarakat akan lebih enggan untuk bergerak, dengan tanpa sadar masyarakat menghabiskan waktunya dengan gadget seperti main game, *scroll* Tiktok atau Instagram dari pada memilih untuk berolahraga. Masih banyak masyarakat beranggapan bahwa olahraga hanya untuk menjaga penampilan fisik, bukan untuk menjaga kesehatan jangka panjang. Berikut data tingkat partisipasi masyarakat dalam berolahraga dari tahun 2021-2023:



Gambar 1. 1 Data Tingkat Partisipasi Masyarakat dalam Berolahraga, 2021-2023
Sumber: (Bidang & Olahraga, 2023)

Berdasarkan gambar 1.1. menunjukkan bahwa data tingkat partisipasi masyarakat dalam berolahraga pada tahun 2021 sebanyak 28,6%, kemudian di tahun 2022 sedikit mengalami penurunan menjadi 28,4%. Pada tahun 2023 tingkat partisipasi masyarakat dalam berolahraga mengalami penurunan menjadi 25,4%. Dari penurunan tersebut, salah satunya diakibatkan oleh kurangnya fasilitas olahraga yang memadai di daerah pedesaan atau pinggiran. Namun, di kabupaten Lumajang sudah terdapat fasilitas olahraga yang memadai dan cukup lengkap dengan alat yang modern yaitu Faris Fitness Lumajang.

Faris Fitness Lumajang merupakan salah satu pusat kebugaran atau gym lokal yang ada di kabupaten Lumajang. Berdirinya Faris Fitness Lumajang pada tanggal 24 september 2022. Faris Fitness Lumajang hadir sebagai tempat kebugaran atau gym untuk menawarkan berbagai fasilitas olahraga terhadap masyarakat lokal dan masyarakat pendatang dari luar kabupaten Lumajang. Faris Fitness Lumajang termasuk pusat kebugaran yang terdapat fasilitas alat lengkap dan modern, maka dari itu banyak masyarakat Lumajang maupun luar Lumajang yang memutuskan untuk menjadi member di pusat kebugaran tersebut. Selain itu, Faris Fitness Lumajang juga meringankan untuk harga para pelajar. Alasan para member memutuskan di Faris Fitness Lumajang dipengaruhi beberapa faktor seperti lokasi strategis, fasilitas yang lengkap, harga yang terjangkau, pelatih atau trainer yang professional, dan rekomendasi dari teman atau keluarga. Rata-rata member aktif di Faris Fitness Lumajang pada tahun 2022-2024 sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Rata-Rata Member Aktif Faris Fitness Lumajang, 2022-2024

Tahun	2022	2023	2024
Member Aktif	193	239	243

Sumber: Diolah Peneliti Tahun 2025

Berdasarkan tabel 1.1. menunjukkan rata-rata member aktif faris fitness lumajang tahun 2022 dengan sebanyak 193 member. Pada tahun 2022 member aktif dapat di hitung dari bulan september yang merupakan berdirinya Faris Fitnes Lumajang. Maka dari itu, member aktif pada tahun 2022 masih belum cukup banyak. Namun, pada tahun 2023 rata-rata member aktif Faris Fitness Lumajang semakin meningkat menjadi 239 member. Selain itu, member aktif pada tahun 2023 terkadang mengalami peningkatan dan juga mengalami penurunan dari 200-an menjadi 37 member aktif di bulan ramadhan. Rata-rata member aktif pada tahun 2024 semakin meningkat menjadi 243 member. Pada tahun 2024 juga sama dengan tahun 2023, terkadang mengalami peningkatan dan penurunan khususnya di bulan Ramadhan. Akan tetapi, pada tahun 2024 di bulan Ramadhan cukup banyak dari pada tahun sebelumnya yaitu, 90 member.

Faris Fitness Lumajang terletak di pusat kota dan bersampingan dengan stadion Semeru Lumajang, maka dari itu dapat di pastikan bahwa letaknya cukup strategis khususnya pada pusat kebugaran. Fasilitas yang lengkap dan modern akan menjadi pendukung, apalagi dengan harga yang terjangkau dan *trainer* (pelatih) yang ramah serta berpengalaman akan berdampak positif terhadap perusahaan. Dari beberapa fenomena tersebut, secara otomatis member lama akan merekomendasikan kepada teman atau sekitarnya. Maka dapat di simpulkan bahwa salah satu konsumen akan memutuskan menjadi member baru ketika perusahaan menanggapi dengan serius akan pentingnya faktor-faktor tersebut.

Menurut Fahmi (2016) dalam (Khusyairi et al., 2018), keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, hingga pada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Keputusan merupakan hasil pertimbangan dari berbagai sudut pandang disertai informasi yang relevan. Pertimbangan akan membutuhkan informasi yang relevan dan munculnya sudut pandang tergantung dapatnya informasi. Keputusan dalam memilih pusat kebugaran dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu lokasi, kualitas pelayanan, dan *word of mouth*.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen terdapat cukup banyak seperti lokasi, *brand image*, kualitas produk, kualitas pelayanan, *word of mouth*, persepsi harga, citra perusahaan, *atmosphere*, fasilitas, promosi dan lain-lain. Namun, berdasarkan fenomena diatas faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi member adalah lokasi, kualitas pelayanan, dan *word of mouth*.

Adapun salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk menjadi anggota atau member baru yaitu lokasi. Faris Fitness Lumajang memiliki lokasi yang cukup strategis, yaitu berada ditengah kota dengan akses yang mudah terjangkau, terlihat sangat jelas dari tepi jalan, tempat parkir yang sangat luas disertai petugas keamanan yang bertugas mengamankan kendaraan konsumen atau member, dan lingkungan yang mendukung dengan adanya tempat pusat kebugaran Faris Fitness Lumajang. Dari fenomena tersebut, faktor lokasi dapat berpengaruh terhadap keputusan menjadi member pada Faris Fitness Lumajang.

Menurut Ratnasari (2011) dalam (Hotimah et al., 2018) Lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan di mana operasi dan stafnya mau di tempatkan. Penentuan wilayah sangat penting dalam perencanaan suatu usaha, di mana lokasi menjadi salah satu penentu utama dalam perkembangan perusahaan di masa mendatang, maka tentukanlah wilayah yang strategis. Lokasi yang strategis, konsumen dapat memilih aksesibilitas yang mudah dan alternatif sehingga menjadi daya tarik utama untuk mempertimbangkan dan memutuskan tempat kebugaran atau gym. Di mana lokasi yang dekat dengan pemukiman, perkantoran, atau tempat berkumpulnya masyarakat untuk beraktifitas juga dapat berpengaruh pada pusat kebugaran.

Berdasarkan penelitian terdahulu, (Hotimah et al., 2018) menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap pembelian di rumah makan sederhana sumbersuko. Namun, (Ena et al., 2020) menyatakan bahwa lokasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada CafeNet. Faktor lokasi ini harus diimbangi dengan pelayanan yang berkualitas untuk memenuhi kebutuhan konsumen atau member.

Faktor yang sangat perlu di perhatikan yaitu kualitas pelayanan. Maksud dari kualitas pelayanan tidak hanya dengan perlakuan produsen terhadap konsumen saja, tetapi dalam pelayanan segi fasilitas juga perlu di perhatikan seperti kelayakan bangunan atau kualitas peralatan. Pada Faris Fitness Lumajang terdapat bangunan yang kokoh dengan tata ruang yang unik serta alat yang lengkap dan bersih, terdapat juga *trainer* yang dapat di percaya serta kualitas pelayanan yang baik dan cukup ramah. Alat yang tersedia di Faris Fitness Lumajang yaitu *dumble*, *barbel*,

trampoline, ball step, alat kegel, papan step, treadmill, smith machine, leg press machine, bench press, incline bench press, indoor cycling bike, seated row, cable machine, lat pulldown machine, hanging leg raise, dip bar, power rack, chest press machine, abdominal bench, kettlebell, ab roll, abdominal machine, adductor machine, dan lain-lain. Faris Fitness Lumajang memiliki 4 *trainer* dan juga memiliki beberapa kelas latihan seperti *aerobic, zumba, step robic, yoga, trampoline, taekwondo, workout, dan gym ball.* Meskipun lokasi strategis, konsumen akan pindah ke tempat lain jika pelayanan tidak sesuai dengan yang diharapkan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang baik sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen menjadi member baru.

Menurut Hermawan *et al* (2022) dalam (Safitri et al., 2024) kualitas pelayanan adalah aspek penting yang harus diperhatikan dalam menyediakan layanan yang unggul. Kualitas layanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan (Hotimah et al., 2018). Maka dari itu, salah satu kunci keberhasilan perusahaan untuk mempertahankan dan menarik member baru yaitu kualitas pelayanan. Konsumen sangat memperhatikan kualitas pelayanan dalam memilih tempat kebugaran atau gym. Pelayanan sangatlah penting, tingkat kepuasan konsumen akan berdampak terhadap keputusan konsumen menjadi anggota atau member pada Faris Fitness Lumajang.

Berdasarkan penelitian terdahulu, (Hotimah et al., 2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di rumah makan sederhana sumbersuko. Namun, menurut (Febriyani et al., 2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap

keputusan pembelian obat di apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang. Terdapat juga faktor yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan keputusan konsumen yaitu *word of mouth*.

Faris Fitness Lumajang harus membuat konsumen merasa puas dengan pengalamannya, karena mereka akan memberikan pengalaman tersebut kepada orang lain, jika konsumen merasakan pengalaman yang negatif, maka pada akhirnya akan dapat merusak atau merugikan reputasi bisnis. Dengan adanya internet, cenderung fenomena ini semakin kuat, di mana konsumen dapat membagikan informasi atau ulasan dengan cepat melalui platform online seperti Instagram, *WhatsApp*, *Facebook*, dan lain-lain. Namun, Faris Fitness Lumajang sudah mempunyai pelatih bersertifikat dan juga terdapat anggota dari Faris Fitness Lumajang yang sudah mendapatkan gelar juara pada perlombaan binaraga. Fasilitas yang ada di Faris Fitness Lumajang sudah cukup modern dan termasuk pusat kebugaran paling bagus di kabupaten Lumajang. Maka, dengan adanya sisi positif atau kelebihan pada Faris Fitness Lumajang dapat merekomendasi dan mendorong konsumen untuk menjadi anggota baru atau member.

Word of mouth yaitu mempromosikan barang atau jasa dari mulut ke mulut, dari individu ke individu lainnya tanpa dipaksa (Febilistyawati Maulin & Sabana, 2023). Komunikasi dari mulut ke mulut (WOM) yang dimana seseorang saling menukar informasi, khususnya tentang beberapa hal yang positif sehingga berpengaruh pada keputusan konsumen dan tercapainya bisnis menjadi sukses (Supranto dan Limakrisna, 2011) dalam (Syamsiah et al., 2018). Dari beberapa faktor sebelumnya, *word of mouth* merupakan faktor paling kuat dalam membentuk

persepsi konsumen. Rekomendasi dari keluarga, sahabat atau teman lebih dipercaya dibandingkan dengan iklan promosi. Apabila WOM negatif, maka akan memberikan dampak besar terhadap reputasi perusahaan. Tetapi jika sebaliknya, maka perusahaan akan untung dengan adanya WOM tersebut. Maksud dari mulut ke mulut itu sendiri bukan harus bertatap muka saja, tetapi bertukar informasi melalui internet juga bisa disebut *word of mouth*.

Hartono & Robustin (2018) menyatakan bahwa *word of mouth* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang. Sedangkan, menurut (Syamsiah et al., 2018) menyatakan bahwa *word of mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada Toko SJ Tempeh Lumajang.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, dan *word of mouth* terhadap keputusan menjadi member pada Faris Fitness Lumajang. Meskipun variabel tersebut telah banyak digunakan namun penelitian ini terdapat keunikan tersendiri yaitu penelitian ini dilakukan pengujiannya di Faris Fitness Lumajang. Serta masih banyak perbedaan pada penelitian terdahulu dari variabel yang diteliti ini.

Dengan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mempelajari manajemen pemasaran dengan variabel independen yaitu lokasi, kualitas pelayanan, *word of mouth* dan variabel dependen yaitu keputusan menjadi member. Peneliti berkeinginan mengetahui seberapa pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, dan *word of mouth* terhadap keputusan menjadi member pada Faris Fitness Lumajang. Berdasarkan latar belakang dan fenomena di lapangan, maka

peneliti memilih judul untuk diteliti, yaitu **“Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Menjadi Member Pada Faris Fitness Lumajang”**.

1.2. Batasan Masalah

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan pada paragraf sebelumnya, agar lebih memfokuskan pada tujuan penelitian. Maka terdapat batasan masalahnya sebagai berikut:

1. Penelitian ini adalah penelitian dibidang Manajemen Pemasaran
2. Objek penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruhnya Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Menjadi Member Pada Faris Fitness Lumajang
3. Lokasi penelitian ini adalah Jl. Jendral Ahmad Yani, Kepuharjo, Kec. Lumajang, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur 67316
4. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2025

1.3. Rumusan Masalah

Lokasi, kualitas pelayanan maupun *word of mouth* menjadi hal penting untuk keputusan konsumen. Berdasarkan hal tersebut maka perumusan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan menjadi member pada Faris Fitness Lumajang?

2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi member pada Faris Fitness Lumajang?
3. Apakah terdapat pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan menjadi member terhadap Faris Fitness Lumajang?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada perumusan masalah pada latar belakang di atas maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan menjadi member pada Faris Fitness Lumajang
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi member pada Faris Fitness Lumajang
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan menjadi member pada Faris Fitness Luimajang

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat diharapkan dengan adanya manfaat bagi :

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini untuk menambah pemahaman dan pengetahuan peneliti pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, dan *word of mouth* terhadap keputusan menjadi member, sebagai implementasi atas teori yang diperoleh selama masa perkuliahan dan menambah wawasan penelitian.

b. Bagi Akademis

Penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (Strata 1) di Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang. Penelitian ini juga dapat jadi referensi tambahan atau masukan dalam melakukan penelitian dengan menambah variabel dimensi lain yang sekiranya masih terdapat indikasi lain dalam pencapaian keputusan menjadi member pada Faris Fitness Lumajang.

c. Bagi Perusahaan

Dapat digunakan sebagai referensi untuk mengembangkan strategi guna menarik lebih banyak member di Faris Fitness Lumajang, serta sebagai bahan masukan pertimbangan kebijakan finansial guna meningkatkan kinerja Perusahaan.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dimanfaatkan peneliti selanjutnya sebagai landasan atau referensi untuk memperluas pengetahuan khususnya pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, dan *word of mouth* terhadap keputusan menjadi member pada Faris Fitness Lumajang.

e. Bagi Member

Manfaat penelitian ini bagi member Faris Fitness Lumajang untuk mengetahui beberapa aspek yang mendukung seperti kesehatan, kebugaran, dan pengalaman mereka di fasilitas tersebut. Serta Faris Fitness Lumajang dapat memberikan layanan yang lebih baik, sehingga member merasa lebih puas dan mendapatkan hasil yang optimal.