

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Berhasilnya sebuah bisnis tergantung dari bagaimana pelaku bisnis melihat peluang yang ada saat itu memperoleh dan juga bagaimana pelaku bisnis itu menciptakan sebuah ide dari peluang yang ada sehingga mendapatkn hasil yang diinginkan. Saat ini, salah satu bisnis dengan peluang yang cukup besar adalah waralaba. Dalam bisnis waralaba yang perlu diperhatikan adalah apakah bisnis waralaba tersebut memiliki suatu kelebihan, dan memberikan manfaat (*benefit*) baik itu nilai *functional benefit* maupun *emotional benefit*. Nilai *functional benefit* dalam sebuah waralaba adalah nilai kepuasan konsumen terhadap kualitas produk-produk yang ditawarkan oleh waralaba tersebut. Sedangkan nilai *emotional benefit* dalam sebuah waralaba dapat diukur dari seberapa besar tingkat kepuasan konsumen terhadap jasa dan fasilitas yang ada, misalnya pelayanan yang ramah dan cepat, dan juga ruangan yang nyaman (Amin, 2004).

Di dewasa ini, masyarakat banyak yang tertarik dengan gaya hidup sehat. Sehingga untuk memulai bisnis di bidang seperti *fitness* ataupun senam *aerobic* adalah pilihan yang cukup tepat. Banyak cara bila seseorang ingin gaya hidupnya sehat, seperti dengan asupan makanan bergizi dan rajin berolahraga. Karena olahraga adalah salah satu faktor untuk menunjang gaya hidup yang sehat dengan banyak fungsi dan manfaat yang didapatkan. Tempat untuk berolah raga yang cukup nyaman dan mudah untuk dicari saat ini adalah *fitness center*.

Di Surabaya sendiri sudah banyak *fitness center* yang mudah untuk ditemukan dan memiliki tempat yang nyaman bagi konsumennya, karena semakin banyaknya *fitness center* di Surabaya, secara otomatis akan menimbulkan persaingan yang ketat antara *fitness center* yang satu dengan yang lain. Maka dari itu, perusahaan-perusahaan dalam bisnis ini berusaha menerapkan strategi pemasaran yang membuat para konsumen tertarik dan mau menggunakan produk atau jasa yang

ditawarkan. Seorang pemasar perlu memberikan pengalaman yang unik bagi konsumennya karena inilah yang membuat konsumen menjadi ingat terus kepada produk atau jasa yang pernah dikonsumsi.

Dalam memulai bisnis waralaba di bidang olah raga ataupun kebugaran, pelaku bisnis tentunya harus memikirkan dengan baik akan berwaralaba dengan perusahaan mana. Citra perusahaan yang akan di pilihnya sangat berpengaruh terhadap kemajuan bisnisnya dimasa yang akan datang. Citra merek perusahaan yang pelaku bisnis pilih juga perlu untuk di kembangkan dan dijaga agar bisnis waralaba yang dijalankannya tetap dapat berjalan dengan stabil dan memperoleh keuntungan secara stabil bahkan meningkat. Dalam meningkatkan dan menjaga citra merek dari perusahaan waralaba yang dipilih, pelaku bisnis dapat melakukan beberapa strategi-strategi dan konsep pemasaran yang ada untuk diterapkan pada bisnis warlaba yang dijalankannya.

Salah satu strategi dan konsep pemasaran yang ada yaitu, *experiential marketing*, dimana konsep pemasaran ini memberikan pengalaman unik secara langsung kepada konsumen, yang merupakan upaya untuk menjaga dan meningkatkan jumlah konsumen yang kita miliki agar konsumen kita tetap setia kepada kita. *Experiential marketing* adalah suatu konsep pemasaran yang bertujuan untuk membentuk konsumen – konsumen yang loyal dengan menyentuh emosi dan memberikan suatu persepsi yang positif terhadap produk dan pelayanan (Kartajaya, 2006).

Salah satu *fitness center* yang terletak di Surabaya adalah Gold Gym Express yang terletak didalam sebuah mall di kawasan Surabaya Tengah yaitu mall Surabaya Town Square, yang lebih dikenal oleh masyarakat Surabaya dengan sebutan SUTOS. Gold gym berdiri pertama kali pada tahun 1965 di Venice, California USA hingga saat ini Gold's Gym telah hadir 630 lokasi di 32 negara. Gold's Gym sendiri mulai masuk ke Indonesia sejak akhir 2006 lalu. Meskipun demikian , Gold's Gym sendiri memiliki kelebihan dan kekurangan maupun peluang dan juga ancaman dalam bisnisnya di bidang kebugaran ini, berikut analisis SWOT dari Gold's Gym.

Tabel 1.1 Analisis SWOT Gold's Gym

|  |  |
|--|--|
| <p><b>STRENGTH</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Top Class Facilities</i> : golds gym memiliki fasilitas area gym yang luas, peralatan yang tersertifikasi, teruji dan trainer yang berkualitas. Dan juga memiliki fasilitas gym yang mendunia hingga memasuki tiap daerah-daerah yang ada.</li> <li>• <i>Capital</i> : golds gym memiliki aliran modal yang kuat dan terus menerus, dengan demikian pihak golds gym dapat memberikan aliran dana yang lancar ke cabang-cabang gold gym yang ada, dan ini merupakan kekuatan utama dari golds gym.</li> <li>• <i>Great Location</i> : pihak gold's gym selalu dapat menentukan tempat yang strategis untuk membuka cabang baru, sehingga mudah untuk di jangkau dan diketahui.</li> <li>• <i>Qualified Trainers</i> : gold's gym mampu menyediakan <i>trainer</i> berkualitas yang dapat <i>support</i> konsumennya dengan baik dalam menjalani program yang ada, bahkan gold's gym mampu menyediakan <i>personal trainer</i>.</li> <li>• <i>Celebrity Endorsements</i></li> </ul> | <p><b>OPPORTUNITY</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Growing demand for fitness</i> : Di era seperti ini yang orang-orang cenderung sibuk untuk bekerja, sehingga banyak orang pun yang memerlukan olah raga untuk menjaga kesehatan dan staminanya, sehingga membuka peluang untuk gold's gym semakin memperbanyak konsumennya, sudah banyak cabang yang dimiliki golds gym.</li> <li>• <i>Value-added services</i> : program diet nutrisi yang diluncurkan memiliki peluang yang sangat tinggi, karena tempat gym itu tidak bisa bertahan hanya mengandalkan pelayan <i>fitness</i> saja, sehingga inovasi tersebut merupakan sumber pemasukan yang besar dimasa yang akan datang.</li> <li>• <i>Growing Health concerns</i> : karena gaya hidup yang tidak sehat berkembang dengan pesat di masa ini, menjadi peluang untuk gold's gym membantu orang-orang mulai mengubah pola hidup yang sehat dengan program-program yang dimilikinya.</li> </ul> |
| <p><b>WEAKNESS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Poor Financial Management</i> : aliran modal yang kuat dan terus menerus mengakibatkan pihak gold's gym tidak dapat mengontrol manajemen keuangannya dengan baik dalam jangka panjang</li> <li>• <i>Underestimation of competition</i> : karena memiliki cabang yang banyak dimana-mana gold's gym merasa paling kuat di pasar sehingga pihak gold's gym tidak berusaha untuk membangun citranya menjadi lebih baik lagi dalam kompetisi</li> <li>• <i>Excessive focus on individual training</i> : program <i>personal trainer</i> merupakan program unggulan dari gold's gym, tetapi pihak golds gym tidak menentukan jadwal pelatihan yang luwes, sehingga banyak konsumennya yang merasa kelelahan saat mengikuti program tersebut.</li> <li>• <i>Changes with time</i> : karena gold's gym terlalu fokus terhadap perawatan</li> </ul>   | <p><b>THREAT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>The treat of substitution</i> : banyaknya tempat gym yang bermunculan beresiko mengambil konsumen yang dimiliki.</li> </ul>   |

|   |  |
|---|--|
| peralatan di setiap cabang gold's gym dan program <i>personal trainer</i> nya mengakibatkan biaya yang sangat besar |  |
|---|--|

**Sumber :** <https://www.marketing91.com/swot-analysis-gold-gym/>

Dari hasil analisis SWOT tersebut, timbul alasan mengapa Gold's Gym menjadi objek dalam penelitian ini. Alasan Gold's Gym Menjadi Obyek penelitian ini dikarenakan, Gold's Gym memiliki hal yang menarik yaitu bagaimana pihak dari Gold's Gym menghasilkan banyak konsumen yang loyal dengan pendistribusiannya ke setiap daerah-daerah, dan pendistribusian tersebut sama rata baik yang di daerah besar maupun kecil, sehingga tidak terjadi perselisihan antar Gold's Gym yang tersebar di beberapa daerah, dalam arti jika kita berada di Gold's Gym daerah A akan sama jika berada di Gold's Gym daerah B. Hal itu terjadi karena pendistribusian yang merata yang di lakukan oleh pihak Gold's Gym, seperti yang telah dijelaskan di bagian *strength*.

Di Indonesia, Gold's Gym hadir di 8 lokasi salah satunya berada di Surabaya Town Square. Gold's Gym Surabaya Town Square hadir sebagai tempat kebugaran yang sasarannya untuk orang yang ingin merubah pola hidupnya menjadi pola hidup sehat dengan mengikuti program-program kesehatan yang dimiliki seperti *personal trainer* atau diet bernutrisi. Gold's Gym sendiri menawarkan paket latihan dengan sistem member. Secara garis besar, sistem member ini tersedia dalam dua pilihan yakni member dengan *personal* instruktur dan member *non-personal* instruktur. Sementara itu dari sisi kesehatan, Gold's Gym menyediakan ahli gizi yang akan membantu para anggotanya menetapkan pola makan. Dan bagi anggota baru, Gold's Gym memberi 2 sesi *free* berlatih bersama *personal* instruktur serta satu kali konsultasi dengan ahli gizi. Layanan olahraga kebugaran yang disediakan Gold's Gym dihadirkan untuk pria dan wanita. Sementara untuk usia berlatih yang sesuai Gold's Gym memiliki kebijakan usia latihan minimal 16 tahun.

Konsep Gold Gym Express dibangun dengan canggih, muda dan praktis guna mengikuti segmen dan gaya hidup target pasar. Gold Gym Express menghadirkan program latihan tujuh hari seminggu pada pagi dan sore, khususnya program: *GGX, Sh''Bam* dan *Zumba, Body Combat* dan *Body Pump, ABS, Aerobic*, hingga Yoga. Tidak hanya itu, Gold Gym Express juga memberikan *personal trainer* dengan sertifikasi internasional serta hadirnya *fitness consultant* untuk membantu penjadwalan, dan program latihan, serta konsultasi nutrisi, guna tercapainya tujuan atau kebutuhan dari setiap anggota yang berbeda.

Berbeda dengan tempat *fitness* biasa yang pada umumnya difokuskan pada atlet-atlet kebugaran jasmani yang ada seperti misalnya Celebrity Fitness, dalam hal ini Gold's Gym Express Surabaya Town Square memberikan tempat dan program yang ada untuk fokus kepada kebugaran jasmani yang bisa dilakukan sehari-hari untuk dapat menjaga kesehatan dengan olah raga ringan, program yang ada pada Gold's Gym Express dapat memberikan pengalaman yang menarik dalam mewujudkan kebugaran jasmani sesuai dengan keinginan mereka dan juga tentunya dengan cara yang santai dan menyenangkan yang dilakukan dengan para *trainer*. Konsumen tidak akan hanya menilai sebuah produk atau jasa berdasarkan kualitas, manfaat, dan fungsi yang diberikan, tetapi juga menginginkan suatu komunikasi dan kegiatan pemasaran yang baik. Baik dalam hal ini adalah mampu memberikan sensasi, menyenangkan hati, serta sesuai dengan gaya hidup konsumen. Dengan kata lain, konsumen menginginkan produk dapat memberi suatu pengalaman (*experience*).

Konsep *experiential marketing* ini berusaha menghadirkan pengalaman yang unik, positif, dan mengesankan kepada konsumen. Dengan demikian, konsumen akan terkesan. Pengalaman selama menikmati produk ini akan diingat sehingga pelanggan tidak hanya loyal tapi juga menyebarkan informasi mengenai produk perusahaan secara *word of mouth*. Pendekatan ini dinilai efektif karena sejalan dengan perkembangan zaman dan teknologi. Para pengusaha lebih menekankan kualitas layanan perusahaan untuk membedakan bisnisnya dengan bisnis kompetitor/pesaing agar

dapat mewujudkan kepuasan pelanggan yang berujung kepada loyalitas dari konsumen mereka.

Berdasarkan beberapa strategi pemasaran yang ada, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konsep *Brand Image* dan *Experiential Marketing* dapat mempengaruhi *Customer Satisfaction* sehingga menciptakan *Customer Loyalty* pada Gold's Gym Express. Selain itu, dengan penelitian ini, diharapkan akan membantu pihak *store manager* maupun *owner* dalam menentukan strategi-strategi yang akan dipakai guna menambah nilai bagi konsumennya.

### **1.2. Perumusan Masalah**

1. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada Gold's Gym Express Surabaya Town Square?
2. Apakah *experiential marketing* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada Gold's Gym Express Surabaya Town Square?
3. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty* pada Gold's Gym Express Surabaya Town Square?
4. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada Gold's Gym Express Surabaya Town Square?
5. Apakah *experiential marketing* berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada Gold's Gym Express Surabaya Town Square?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam melakukan penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui pengaruh *brand image* terhadap *customer satisfaction* pada Gold's Gym Express Surabaya Town Square.
2. Mengetahui pengaruh *experiential marketing* terhadap *customer satisfaction* pada Gold's Gym Express Surabaya Town Square.

3. Mengetahui pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada Gold's Gym Express Surabaya Town Square.
4. Mengetahui pengaruh *brand image* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada Gold's Gym Express Surabaya Town Square.
5. Mengetahui pengaruh *experiential marketing* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada Gold's Gym Express Surabaya Town Square

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

##### 1) Manfaat Akademis

Melalui penelitian ini dapat memberikan manfaat secara teoritis yang dapat berguna untuk menambah pengetahuan mengenai dunia pemasaran terutama pada semua variabel yang diteliti mulai dari *brand image*, *experiential marketing*, *customer satisfaction* dan *customer loyalty* dan memberikan wawasan mengenai pengaruh pada masing-masing variabel yang diteliti, yang kemungkinan masih dapat dikembangkan lebih lanjut atau sebagai bahan untuk melakukan penelitian berikutnya.

##### 2) Manfaat Praktis

Memberikan gambaran mengenai variabel *brand image*, *experiential marketing*, *customer satisfaction* dan *customer loyalty* terhadap Gold's Gym Express Surabaya Town Square, yang kemudian bisa saja bermanfaat bagi perusahaan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

#### **1.5. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam tugas akhir ini, disusun sebagai berikut:

##### 1. BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, permasalahan, pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penulisan, serta sistematika penulisan.

## 2. BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang, ladsan teori dan juga model dari penelitian ini.

## 3. BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan variabel penelitian, metode pengumpulan data, waktu dan tempat penelitian, dan prosedur analisis data.

## 4. BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bagian ini berisi analisis dari hasil pengolahan data dan pembahasan mengenai pengaruh *experiential marketing* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada *member gold's gym express* surabaya town square

## 5. BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Pada bab ini berisikan beberapa kesimpulan, keterbatasan dan saran dari hasil penelitian.