**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang**

Gaya hidup sehat menjadi kebutuhan yang penting bagi masyarakat umum saat ini. Berbagai cara ditempuh untuk memiliki tubuh yang sehat baik dengan cara mengonsumsi makanan sehat ataupun berolahraga. Olahraga memainkan peranan penting dalam hidup dan kehidupan bermasyarakat. Nilai- nilai dalam olahraga sangat terkait dengan tradisi budaya masyarakat yang diwariskan secara turun menurun dari satu generasi ke generasi lainya (Pratama et al., 2020) Semakin bertambah usia dan bertambah padatnya aktivitas dan kegiatan yang di jalani oleh seseorang, semakin menurun juga tingkat kesadaran seseorang dengan pentingnya olahraga sebagai kebutuhan sehari-hari untuk meningkatkan imunitas dan kesehatan tubuh. Kebanyakan orang masih menganggap bahwa kebahagiaan adalah memiliki banyak materi, walaupun mempunyai uang banyak dan bisa membeli segalanya, kebahagiaan yang utama adalah kesehatan. Dengan memiliki tubuh yang sehat bisa melakukan aktivitas dan juga bisa menikmati hidup serta mencari uang, maka harus menjaga kesehatan karena sehat itu mahal harganya. Yang dmaksud mahal, jika seseorang sudah terkena penyakit yang harus melakukan pengobatan secara terus menerus membutuhkan biaya dan menghabiskan uang dan hartanya yang dimiliki dan tidak bisa menikmati hidupnya.

Meskipun sekarang banyak cara berolahraga dengan mudah untuk melakukannya, namun dikarenakan kesibukan dan aktivitas padat masing-masing orang, membuat masyarakat melupakan untuk menyempatkan berolahraga untuk memperhatikan kebugaran tubuhnya. Kegiatan olahraga yang ringan dan mudah saja dilupakan dan sering diremehkan. Apalagi olahraga berat yang memerlukan pengeluaran dan biaya serta dilakukan bersama dengan banyak orang.

Perkembangan alat olahraga saat ini dapat digunakan oleh orang-orang yang mempunyai kesibukan dan aktivitas padat yang tidak sempat berolahraga. Semakin banyaknya alat olahraga yang dibutuhkan dan digunakan tentu akan membutuhkan tempat yang luas untuk penyimpanannya, serta dibutuhkan trainer atau instruktur yang berpengalaman untuk bisa memantau penggunaannya. Tempat yang biasanya terdapat alat-alat tersebut ialah pusat kebugaran seperti *Fitness Center* atau *Gym.* Fitness merupakan kegiatan olahraga untuk membentuk otot-otot pada tubuh yang dilakukan secara rutin dan berkala yang bertujuan untuk menjaga fitalitas tubuh dan berlatih disiplin (Wahyuningrum et al., 2018). Fitness juga bertujuan untuk menjaga kebugaran tubuh dan kesehatan jasmani seseorang. Memiliki otot tubuh yang ideal dan proposionalmerupakan idaman setiap orang. Karena memiliki tubuh yang ideal akan membuat seseorang mempunyai kepercayaan diri yang lebih dan tubuh yang ideal mempunyai performa tersendiri dipandangan mata orang lain. Untuk mendapatkan tubuh yang ideal tentu memerlukan usaha untuk pembentukannya, usaha yang dilakukan juga tidak singkat, diperlukan kedisiplinan waktu dan asupan makanan atau nutrisi yang dikonsumsi.

Maka usaha yang bergerak dalam bidang olahraga seperti *Fitness Center* atau *Gym* yang bisa menjadi peluang untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Hal ini di karenakan masih belum banyak tempat olahraga yang memfasilitasi untuk berolahraga. *Fitness Center* atau *Gym* adalah tempat olahraga yang mempunyai fasilitas berbagai macam alat olahraga. Hal tersebut menjadikannya saat ini menjadiusaha yang bisa menggerakkan roda perekonomian yang di latarbelakangi kebutuhan masyarakat untuk berolahraga dan melatih kebugaran dengan mencari tempat olahraga yang mudah. Saat ini Indonesia masih berada pada posisi Tier 3 dalam pasar industri gym atau dunia fitness di perkirakan pertahun pasar gym dan fitnes meningkat sebesar 0,12% dan di prediksi pasar gym dan fitnes meningkat 5% di tahun 2030, selain itu masyarakat umum dan generasi milenial telah menunjukkan kesadaran pola hidup sehat yang paling rutin dan gemar melakukan olahraga di gym adalah generasi milenial dengan presentase 48% dan generasi X menempati posisi kedua presentase 32% (Nanang & Pasharibu, 2021)

Kini *fitness center* menjadi kian populer bahkan sudah menjadi gaya hidup dikalangan masyarakat yang telah menyadari pentingnya berolahraga (Pratama et al., 2020) Fitness center menyediakan personal trainer atau pelatih yang memiliki kualitas pelayanan, berpengalaman, dan ahli dalam bidangnya untuk melayani konsumen dalam mencapai tubuh ideal, dengan menggunakan beberapa aspek dan faktor yang dimiliki berupa konsultasi, motivasi, dan membantu menentukan program latihan sesuai kebutuhan konsumen terutama dimaksudkan untuk membantu konsumen awam yang baru pertama kali berolahraga di pusat kebugaran (Pratama et al., 2020)

Diantara banyaknya *Fitness Center* yang berkembang di Klaten saat ini, salah satu yang diminati masyarakat adalah Classic Gym Klaten. Karena menyadari banyaknya masyarakat yang membutuhkan tempat untuk berolahraga dan melatih kebugaran tubuh. Classic Gym Klaten menyediakan fasilitas berbagai macam alat olahraga dan paket fitness. Classic Gym juga menyediakan jasa *privat trainer* untuk memandu konsumen yang belum faham dan mahir dalam menggunakan alat fitness. Supaya olahraga yang dilakukan konsumen membuahkan hasil, Classic Gym juga menyediakan berbagai macam suplemen yang bernutrisi untuk mempercepat membentuk otot pada badan dan menjaga kesehatan tubuh konsumen. Suplemennutrisi tersebut tentu saja sudah memenuhi uji kelayakan yang berstandar, karena berbagai macam suplemen nutrisi yang ditawarkan di Classic Gym maka konsumen bisa memilih suplemen mana yang sedang dibutuhkan. Classic Gym memberikan fasilitas warung kecil yang menjual snack dan berbagai macam minuman yang bisa dinikmati setelah selesai berolahraga. Berikut adalah data kenaikan member Classic Gym per bulan, periode Oktober hingga Desember 2021 :

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Bulan | *Member* per bulan | Presentase Kenaikan |
| Oktober | 11 | - |
| November | 14 | 21,43 % |
| Desember | 15 | 6,67% |

*Sumber Data : Classic Gym Klaten*

Tabel diatas menunjukan kenaikan jumlah member yang terdaftar di Classic Gym Klaten pada tahun 2021 dengan rata-rata presentase kenaikan sebesar 9,37%. Kenaikan tersebut terjadi karena banyak faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan akhir dalam memilih tempat fitness, antara lain motivasi, lokasi, dan kualitas pelayanan.

Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan *fitness center* sebagai tempat untuk berolahraga di Classic Gym Klaten. Dalam pemasaran produk, keputusan konsumen untuk membeli produk disebut dengan keputusan pembelian. Sedangkan dalam pemasaran jasa lebih sering disebut dengan keputusan pemilihan atau keputusan penggunaan jasa. Keputusan pemilihan jasa merupakan keputusan yang diambil seseorang dimana dia harus memilih salah satu dari beberapa pilihan jasa yang ada. Menurut (Prasetiyo et al., 2016) setiap pembelian atau pemilihan konsumen tercipta karena adanya kebutuhan dan keinginan.

Perilaku konsumen merupakan proses seorang pelanggan dalam membuat keputusan membeli, juga untuk menggunakan dan membuang barang-barang dan jasa yang dibeli, juga termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan pengunaan produk. Keputusan pemilihan jasa merupakan keputusan yang diambil seseorang dimana dia harus memilih salah satu dari beberapa pilihan jasa yang ada. Perilaku pembelian seseorang adalah sesuatu yang unik, karena preferensi dan sikap terhadap obyek setiap orang berbeda. Selain itu, konsumen berasal dari beberapa segmen, sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan juga berbeda (Prasetiyo et al., 2016)

Dalam penelitian Hadiatur Rakhman (2017) tentang faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian jasa fitness center, berdasarkan analisis faktor diperoleh 3 faktor, yaitu : faktor harga, faktor lokasi, dan faktor kualitas pelayanan. Dalam penelitian ini, faktor-faktor yang diduga peneliti dapat mempengaruhi seseorang dalam memilih fitness center sebagai tempat untuk berolahraga adalah motivasi, lokasi, dan kualitas pelayanan atau kualitas jasa. Motivasi dapat diartikan sebagai keinginan atau dorongan yang menyebabkan seseorang melakukan sesuatu untuk mendapatkan hal yang diinginkan tersebut (Prasetiyo et al., 2016). Motivasi adalah sebuah proses untuk tercapainya suatu tujuan.

Selain motivasi konsumen, didalam mendirikan sebuah usaha bisnis pemilihan lokasi juga harus dipertimbangkan. Lokasi yang strategis dan mudah diketahui calon konsumen dapat menentukan keberhasilan suatu usaha. Lokasi strategis yang dimaksud disini adalah yang mudah dijangkau dan diakses sebab tersedianya mode transportasi (Nendissa & Ahmadi, 2018) Lokasi merupakan tempat untuk perdagangan yang strategis dekat dengan jangkauan masyarakat dalam segi ekonomi untuk melakukan jual beli barang dan jasa (Nanang & Pasharibu, 2021). Classic Gym berada di lokasi yang cukup strategis yaitu di pinggir jalan raya besar dekat dengan perumahan, sekolah, bank, rumah makan, dan pemukiman. Para pelaku bisnis harus pintar untuk memilih lokasi yang strategis supaya dapat menarik banyak konsumen tapi tidak mengganggu masyarakat sekitar.

Dalam sebuah *fitness center*, bukan hanya dilihat dari segi strategis tidaknya suatu lokasi saja, tetapi juga memperhatikan kualitas layanan, kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan menjadi bagian terpenting didalam mempengaruhi konsumen supaya tercipta suatu keputusan beli (Fuadi et al., 2019). Dengan kata lain pelayanan adalah salah satu hal penting dalam mengembangkan usaha apapun (Handayani & Taufik M, 2017). Suatu mutu atau kualitas bisa dikatakan baik jika penyedia jasa mampu memberi layanan lebih dari yang di kehendaki oleh konsumen (Putra & Hidayat, 2018). Baik dan buruknya kualitas pelayanan yang disediakan oleh penyedia jasa tergantung pada kemampuan yang dimiliki penyedia jasa tersebut dalam memenuhi harapan konsumen (Kurniawan, 2018). Pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan pemaparan teori di atas, maka penelitian ini mengambil judul **“MOTIVASI, LOKASI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN *FITNESS CENTER* SEBAGAI TEMPAT BEROLAHRAGA (Studi Kasus Pada Classic Gym Klaten)”.**

1. **RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka motivasi, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pemilihan *fitness center* sebagai tempat berolahraga dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah motivasi, lokasi, dan kualitas pelayanan ada pengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen untuk memilih Classic Gym sebagai tempat berolahraga?
2. Apakah motivasi ada pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen untuk memilih Classic Gym sebagai tempat berolahraga?
3. Apakah lokasi ada pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen untuk memilih Classic Gym sebagai tempat berolahraga?
4. Apakah kualitas pelayanan ada pengaruh secara positif dan signifkan terhadap keputusan konsumen untuk memilih Classic Gym sebagai tempat berolahraga?
5. **BATASAN MASALAH**

Supaya penelitian lebih terfokus dan tidak menyimpang dari pokok pembahasan, maka pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini meneliti mengenai motivasi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pemilihan *fitness center* sebagai tempat berolahraga
2. Penelitian ini hanya meneliti konsumen member Classic Gym Klaten.
3. **TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penulisan dalam penelitian ini ialah :

1. Untuk mengetahui pengaruh motivasi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pemilihan *fitness center* sebagai tempat berolahraga.
2. Untuk mengetahaui pengaruh motivasi terhadap keputusan pemilihan *fitness center* sebagai tempat berolahraga.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pemilihan *fitness center* sebagai tempat berolahraga.
4. Untuk mengatahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pemilihan *fitness center* sebagai tempat berolahraga.
5. **MANFAAT PENELITIAN**

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat bagi perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkn dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, terkhusus dalam bidang manajemen pemasaran mengenai motivasi, lokasi, dan kualitas pelayanan sebagai faktor yang dapat mempengaruhi konsumen untuk memilih Classic Gym sebagai tempat berolahraga. Dan penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan untuk bahan referensi bagi penelitian selanjutnya

1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dharapkan bisa dijadikan masukan dan bahan pengembangan bagi pihak Classic Gym sebagai pengelola *fitness center* sehingga bisa menjadikannya sumber informasi dan bisa merumuskan strategi pemasaran yang tepat dalam menghadapi masalah perusahaan di masyarakat, khususnya yang berkaitan dengan memantapkan keputusan konsumen agar memilih berolahraga di Classic Gym Klaten.