**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **LATAR BELAKANG**

Perkembangan gaya hidup di dunia modern seperti saat sekarang ini semakin hari semakin berkembang. Begitu pula dengan berkembangnya olah raga sepak bola dengan adanya olah raga yang sejenis atau hampir sama dengan sepak bola, olah raga ini dikenal oleh masyarakat modern dengan olah raga futsal. Olah raga futsal dapat dilakukan di ruangan outdoor dan juga indoor, pada umumnya di kota-kota besar dilakukan indoor. Dengan maraknya olah raga futsal ini dikalangan masyarkat perkotaan menyebabkan timbulnya persaingan bagi pengusaha untuk mendirikan lapangan futsal.

Di kota Padang perkembangan bisnis lapangan futsal berkembang cukup pesat, hal ini di dasari dengan banyak minat dan kesadaran dari masyarakat kota padang akan pentingnya olahraga untuk menjaga kesehatan dan menjadikan rutinitas yang positif. Para pengusaha berlomba-lomba untuk menyediakan fasilitas lapangan futsal yang baik, dari segi pelayanan, fasilitas yang dapat menciptakan rasa puas bagi konsumenya, segala hal yang dilakukan oleh pihak penyedia lapangan futsal semata-mata untuk menciptakan konsumen yang setia.

Salah satu pusat olahraga yang banyak dimanfaatkan adalah G-Sport center. Sebelum adanya lapangan futsal G-Sport center, banyak tempat olahraga yang tidak memadai, baik itu dari segi fasilitasnya maupun sarana prasarana yang ada didalamnya. Adanya G-Sport center membuat masyarakat yang ingin berolahraga lebih mendapatkan kenyamanan dengan fasilitas yang baik dan lokasi yang strategis membuat pusat olahraga G-Sport center menjadi pilihan utama bagi masyarakat kota Padang yang ingin berolahraga

G-Sport center memiliki konsep yang berbeda dengan pusat olahraga yang lain. Perusahaan ini memadukan antara konsep *sport* dan konsep *entertainment*. G-Sport center memadukan pusat kebugaran dan hiburan (*sportaiment*) sehingga kegiatan olahraga lebih menyenangkan. Hal ini terbukti disamping adanya pusat kebugaran dan olahraga, G-Sport center juga menyediakan *ZonaCafe*, yaitu kafe yang menjunjung tinggi kesehatan, dengan bahan baku terpilih dan higenis. Selain itu G-Sport center juga menyediakan *live music* bagi siapa saja yang ingin menunjukan kreasinya dalam bidang musik.

Perusahaan ini menyediakan fasilitas olahraga dan pusat kebugaran pada satu tempat atau bisa dikatakan sebagai *Sport In One Stop* Shoping dan terbesar di Sumatra barat. Dengan perkembangan bisnis olahraga yang berkembang dengan peasat beberapa tahun belakangan ini. G-Sport center ikut ambil bagian dengan menyediakan pusat kebugaran fitness dan beberapa fasilitas olahraga seperti badminton, *swimming pool*, futsal, RPM (sepeda listrikstatis), danfasilitas golf simulator, Selain itu G-Sport center menawarkan produk berupa membership card, ini merupakan kartu keanggotaan untuk memakai fasilitas olahraga yang disediakan oleh G-Sport center dan juga berfungsi sebagai kartu diskon, dan kartu tersebut dapat mengarahkan konsumen untuk menjadi loyal.

Dari awal berdiri penggunaan salah satu jasa yaitu lapangan futsal G-Sport center mendapat perhatian dari konsumennya, karena G-Sport center mampumemberikan fasilitas dan layanan yang sangat baik yang berdampak meningkatnya penggunaan jasa lapangan futsal yang dimilikioleh G-Sport center hal tersebut dapat kita lihat berdasarkan data berikut.

**Tabel 1.1**

**Jam PenggunaanLapangan futsal G-Sport Centre di Kota Padang**

**(September- Februari 2014)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Bulan | Lapangan 1 | Lapangan 2 | Jumlah | Perkembangan (%) |
| September | 241 Jam | 249 jam | 490 Jam | - |
| Oktober | 250 Jam | 245 jam | 495 jam | 1.01 |
| November | 252 Jam | 248 Jam | 500 jam | 1 |
| Desember | 251 Jam | 250 Jam | 501 jam | 0.2 |
| Januari | 255 Jam | 257 Jam | 512 Jam | 2.5 |
| Februari | 248 Jam | 243 Jam | 491 jam | (2.21) |
| Jumlah | 1498 Jam | 1490 Jam | 2978 Jam |  |

Sumber: G-Sport Centre Padang

Dari Tabel 1.1 di atas dapat lihat bahwa jam penggunaan lapangan Futsal G-Sport Centre Selama 6 bulan terakhir dari bulan September – Januari 2014 mengalami peningkatan, sedangkan Pada 1 bulan terakhir mengalami penurunan sebesar 2.21%. Ini mengindikaasikan bahwa masih rendahnya loyalitas konsumen, tetapi masih ada konsumen yang menggunakan jasalapangan futsal G-Sport centre menandakan bahwa konsumen memiliki persepsi yang positif terhadap kualitas layanan lapangan futsal G-Sport Centre dan juga merekomendasikan hal yang positif tentang lapangan futsal G-Sport Centre di Kota Padang, dari data tersebut juga mengindikasikan bahwa masih adanya konsumen yang loyal pada lapangan futsal G-Sport center.

Oliver yang dikutip oleh Kotler dan Keller (2009) mendefenisikan loyalitas ( *loyalty* ) sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran bepotensi menyebabkan pelanggan beralih. Dengan menciptakan konsumen yang loyal perusahaan mampu meningkatkan pendapatan dan juga mampu mengatasi persaingan dalam bisnis yang sejenis, untuk menciptakan konsumen yang loyal perusahaan dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya dengan cara menyediakan kualitas layanan yang baik.

Kotler dan Keller (2009), kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (atau hasil) dalam kaitannya dalam ekspektasi, pelanggan tersebut tidak puas dan kecewa. Menurut Hasan (2013) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor yang penentu loyalitas, Kepuasan pelanggan dipertimbangkan sebagai prediktor kuat terhadap kesetiaan pelanggan termasuk rekomendasi positif, niat membeli ulang, dll. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut kemulut (*word mouth*) yang mengguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono, 2011). Dapat disimpulkan bahwa kepuasan memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen hal ini dibuktikan hasil penelitian yang dilakukanol ehAsep, Pujidan Eli (2012) dimana ditemukan bahwa kepuasan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

MenurutVikas (2011) kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penentu kesetiaan pelanggan. Hal ini telah dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan Anastasia at all, Pada hasil penelitian tersebut salah satu variabelnya yaitu kepuasan berpengaruh signifikan. Ditemukan hasil yang sama pada penelitian Asep at all (2012) Pada hasil penelitian tersebut variabelnya yaitu kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

. Menurut Lupyoadi (2011) kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah kualitas layanan. Perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumen dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang baik, ketika hal itu terpenuhi maka konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharap. Dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen, hal ini telah dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Anik Indrawati (2011) pada hasil penelitian tersebut ditemukan bahwa variabelnya yaitu kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Ditemukan hasil yang sama pada penelitian Bayu at all (2007) hasil penelitian tersebut ditemukan salah satu variabelnya yaitu kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengertian lokasi lebih menekankan pada tempat dimana suatu jenis usaha atau bidang usaha yang akan dijalankan. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi sangat berpengaruh terhadap dimensi-dimensi pemasaran *strategic*, seperti fleksibilitas, *competitive positioning*, manajemen permintaan, dan *focus strategic* (Fitzsimmons, 1994) dalam Tjiptono (2007).

Menurut Stanton (1991) yang dikutip dalam Hurriyati (2005) karena jasa tidak dapat diantarkan dan jasa agar mudah dicapai oleh pelanggan maka faktor tempat penjual harus mudah dicapai pelanggan maka secara tidak langsung akan memberikan kepuasan kepada pelanggan tersebut. Hal ini telah dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Aninastiti (2007) hasil penelitian tersebut ditemukan salahsatu variabelnya yaitu lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen. Ditemukan hasil yang sama yang penelitian yang dilakukan oleh Tri dan Yopa (2012) Pada penelitian ini ditemukan bahwa salah satu variabelnya yaitu lokasi berpengaruh signifikan.

Berdasarkan kepada uraian latar belakang masalah, peneliti tertarik untuk mengembangkan penelitian yang telah dilakukan Yuliani (2009) yang pada penelitian tersebut ditemukan adanya hubungan yang positif antara pelayanan, harga dan keragaman terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening. Sedangkan pada penelitiaan yang ristian (2013) diketahui bahwa bauran pemasaran / marketing mix juga memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas. Dari penelitian-penelitian terdahulu tersebut peneliti mencoba untuk memodifikasi penelitian ini dengan cara penggabungan dari penelitian – penelitian terdahulu. Pada penelitiaan ini peneliti menjadikan pengguna lapangan Futsal G-Sport Centre sebagai objek penelitian didasari oleh fenomena yang timbul dikalangan pengguna lapangan Futsal di Kota Padang, maka peneliti mengacu sebuah judul:

“PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA LAPANGAN FUTSAL G-SPORT CENTRE DI KOTA PADANG DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”

* 1. **Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen pengguna lapangan futsal G-Sport Centre?
2. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap loyalitas konsumen pengguna lapangan futsal G-Sport Centre?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pengguna lapangan futsal G-Sport Centre?
4. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pengguna lapangan futsal G-Sport Centre?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen pengguna lapangan futsalG-Sport Centre?
6. Bagaimana peran kepuasan sebagai variabel intervening antara kualitas layanan dan loyalitas konsumen pengguna lapangan futsalG-Sport Centre?
7. Bagaimana peran kepuasan sebagai variabel intervening antara Lokasi dan loyalitas konsumen pengguna lapangan futsal G-Sport Centre?
	1. **Tujuan Penelitian**
8. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen penguna lapangan futsal G-Sport Centre.
9. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap loyalitas konsumen penguna lapangan futsalG-Sport Centre.
10. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen penguna lapangan futsal G-Sport Centre.
11. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen penguna lapangan futsal G-Sport Centre.
12. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen penguna lapangan futsal G-Sport Centre.
13. Untuk mengetahui peran kepuasan sebagai intervening antara kualitas layanan dan loyalitas konsumen penguna lapangan futsal G-Sport Centre.
14. Untuk mengetahui peran kepuasan sebagai intervening antara lokasi dan loyalitas konsumen penguna lapangan futsal G-Sport Centre.
	1. **Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti, Selain dapat menambah pengetahuan juga merupakan sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi Bung Hatta Padang.
2. Bagi Akademik, Sebagai menambahstudi kepustakaan mengenai pengaruh peranan kualitas layanan dan lokasi terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel intervening.
3. Bagi perusahaan, Sebagai bahan informasi dan masukan bagi lapangan futsal G-Sport Centre untuk lebih memahami sejauh mana peranan kualitas layanan dan lokasi terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel intervening.