

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness. Berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data dari penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penilaian atas kualitas layanan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness berdasarkan rata-rata jawaban responden masuk dalam kategori sangat baik. Variabel yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan dalam penelitian ini adalah kualitas personel, kualitas lingkungan fisik, kualitas layanan pendukung, dan kualitas program. Berdasarkan pada hasil penelitian, dapat dilihat bahwa:
 - a. Kualitas personel yang dirasakan responden memiliki nilai rata-rata sebesar 5.38 dan masuk dalam kategori sangat baik. Indikator pelatih berperilaku etis, pelatih memberikan motivasi terhadap pelanggan, dan pelatih memiliki pengetahuan dan keterampilan sesuai dengan bidangnya menjadi indikator yang dinilai sangat baik oleh pelanggan. Hal ini mengindikasikan manajemen Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness telah berhasil memilih pelatih kebugaran yang tepat untuk melayani seluruh pelanggannya.
 - b. Kualitas lingkungan fisik memiliki nilai rata-rata sebesar 5.41 dan masuk dalam kategori sangat baik. Secara garis besar hampir seluruh indikator

dalam dimensi ini dinilai sangat baik oleh pelanggan, terutama pada indikator kebersihan ruangan, kecukupan tingkat pencahayaan, dan kualitas fasilitas yang disediakan. Dapat dikatakan bahwa kualitas lingkungan fisik merupakan keunggulan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness di mata pelanggannya.

- c. Kualitas layanan pendukung memiliki nilai rata-rata sebesar 4.73 dan masuk dalam kategori baik. Indikator ketersediaan musik yang tepat untuk mendukung kegiatan olahraga menjadi indikator yang dinilai sangat baik oleh pelanggan, sedangkan indikator lainnya masuk dalam kategori baik dan cukup baik.
 - d. Kualitas program memiliki nilai rata-rata sebesar 5.32 dan masuk dalam kategori sangat baik. Indikator keberagaman dan kualitas program layanan kebugaran menjadi indikator yang dinilai sangat baik oleh pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness telah berhasil memberikan program yang beragam dan berkualitas sesuai dengan kebutuhan pelanggannya. Dapat dikatakan program layanan kebugaran juga menjadi salah satu keunggulan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness karena jenisnya yang sangat beragam dan terbilang cukup lengkap jika dibandingkan dengan pusat kebugaran lainnya di Kota Bandung.
2. Tingkat kepuasan pelanggan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness berdasarkan rata-rata jawaban responden dapat dikatakan sangat puas. Responden memberikan respon positif terhadap seluruh indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan dalam penelitian ini.

Responden merasa puas dan senang dengan program dan layanan di Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness, dan merasa puas atas keputusannya untuk menjadi pelanggan di Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness.

3. Tingkat loyalitas pelanggan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness berdasarkan rata-rata jawaban responden dapat dikatakan sangat loyal. Responden memberikan respon positif terhadap seluruh indikator yang digunakan untuk mengukur loyalitas pelanggan dalam penelitian ini. Responden memiliki keinginan untuk menceritakan pengalaman selama menggunakan layanan dan mempublikasikannya, responden memiliki niat untuk terus memilih dan menggunakan layanan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness, responden akan dengan sukarela merekomendasikan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness kepada teman dan kerabatnya, dan responden memiliki tingkat preferensi yang tinggi terhadap Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness dibandingkan dengan pusat kebugaran lainnya dalam 2 bulan terakhir.
4. Kualitas personel, kualitas lingkungan fisik, dan kualitas program memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin baik kualitas personel, kualitas lingkungan fisik, dan kualitas program yang diberikan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness. Sedangkan kualitas layanan pendukung tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Menurut pelanggan ketersediaan layanan pendukung merupakan hal yang penting dan sebaiknya disediakan, namun tidak tersedianya layanan pendukung tidak serta-merta memengaruhi kepuasan dan keputusan pelanggan untuk tetap menggunakan layanan Pusat Kebugaran Tweak MOVE!

Fitness (Lihat Lampiran 6). Hal tersebut juga sejalan dengan hasil studi pendahuluan yang menunjukkan bahwa alasan pelanggan menggunakan layanan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness, dominan dipengaruhi oleh kualitas lingkungan fisik, dan sebagian dipengaruhi oleh kualitas personel dan kualitas program.

5. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin puas pelanggan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness.
6. Kualitas lingkungan fisik memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness. Sedangkan kualitas personel, kualitas layanan pendukung, dan kualitas program tidak memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan. Dapat diartikan bahwa semakin baiknya kualitas lingkungan fisik yang diberikan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness.
7. Kualitas personel dan kualitas program memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui peran mediasi kepuasan pelanggan. Dapat diartikan bahwa semakin baiknya kualitas personel dan kualitas program dapat meningkatkan loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Kualitas lingkungan fisik memiliki hubungan mediasi komplementer, yang diartikan semakin baiknya kualitas lingkungan fisik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan secara langsung tetapi juga meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal tersebut menunjukkan bahwa beberapa pengaruh kualitas lingkungan fisik terhadap loyalitas dijelaskan oleh kepuasan pelanggan.

Sedangkan kualitas layanan pendukung tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan baik secara langsung atau melalui mediasi kepuasan pelanggan.

8. Berdasarkan hasil analisis dengan metode IPA, terdapat beberapa atribut kualitas layanan di Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness yang perlu mendapatkan prioritas perbaikan karena memiliki nilai kepentingan yang tinggi dan nilai kinerja yang rendah, yaitu ketersediaan layanan P3K, keamanan tempat penyimpanan barang (*locker*), kecepatan karyawan dalam menanggapi saran dan keluhan dari pelanggan, ketepatan waktu dalam mengumumkan jadwal program kelas, kesesuaian tarif dengan fasilitas yang dapat dinikmati pelanggan, karyawan menjaga kerahasiaan informasi para anggota, dan kenyamanan kamar mandi. Atribut-atribut tersebut perlu mendapatkan prioritas perbaikan untuk meningkatkan kualitas layanan dan mendapatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness.

5.2 Saran

5.2.1 Saran untuk Perusahaan yang diteliti

Melihat keseluruhan hasil penelitian ini, maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness. Memberikan kualitas layanan yang prima menjadi hal yang penting bagi sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa termasuk pusat kebugaran. Kualitas layanan prima dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi sebuah pusat kebugaran untuk terus bertahan dan bersaing di lingkungan yang kompetitif. Untuk itu, penting bagi manajemen pusat kebugaran untuk mempertimbangkan beberapa hal berikut ini, mencakup:

1. Kualitas Personel

- Kualitas pelatih kebugaran memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan fisik dan psikologis pelanggan. Manajemen dapat mempertimbangkan untuk melakukan evaluasi secara berkala terkait kualitas pelatih kebugaran, dengan melakukan survei kepada pelanggan yang telah menggunakan jasa pelatih kebugaran. Hal ini menjadi penting, untuk memastikan bahwa kualitas pelatih kebugaran yang tersedia sudah konsisten sesuai dengan standar yang ditetapkan perusahaan.
- Sebagai representasi perusahaan di mata pelanggan, karyawan kontak perlu memiliki kemampuan komunikasi yang baik dan efektif dalam mengomunikasikan seluruh program layanan perusahaan, memproses pesanan pelanggan, menanggapi saran pelanggan, dan menyelesaikan keluhan pelanggan. Karyawan kontak dan karyawan lini depan perlu dibekali pengetahuan yang cukup atas program layanan yang tersedia, maupun pengetahuan atas syarat dan ketentuan (*terms and conditions*) yang dimiliki perusahaan, sehingga informasi yang disampaikan kepada pelanggan jelas dan tidak rancu. Kemampuan komunikasi yang baik berkaitan erat dengan bagaimana cara karyawan kontak dan karyawan lini depan melayani pelanggan, termasuk tutur bahasa yang digunakan, pemilihan kata atau kalimat yang tepat, dan kemampuan dalam memahami kebutuhan pelanggan sekaligus menyelesaikan permasalahan pelanggan dengan baik.
- Sebagai representasi perusahaan yang memiliki intensitas tinggi dalam berinteraksi langsung dengan pelanggan, penampilan karyawan lini depan juga

menjadi hal yang perlu diperhatikan, karyawan lini depan sebaiknya berpenampilan menarik, bersih, dan rapi.

2. Kualitas Lingkungan Fisik

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas lingkungan fisik sangat berpengaruh pada kepuasan dan loyalitas pelanggan, oleh karena itu manajemen perlu mengutamakan perbaikan serta inovasi pada kualitas lingkungan fisik. Kualitas lingkungan fisik di pusat kebugaran berkaitan dengan kenyamanan (didalamnya termasuk kebersihan, kenyamanan suhu, dan kecukupan pencahayaan), keamanan, kesesuaian tarif dengan fasilitas yang tersedia, dan kelengkapan alat olahraga. Selain itu kualitas lingkungan fisik juga menjadi petunjuk nyata yang dapat digunakan pelanggan pemula untuk melakukan “*pre-assess*” atas kualitas layanan keseluruhan sebuah pusat kebugaran, serta dapat menjadi alasan pelanggan baru dalam memutuskan pilihan atau pembelian.

- Dari aspek kenyamanan, perusahaan perlu secara konsisten menjaga kebersihan, kenyamanan suhu ruangan, dan kecukupan pencahayaan untuk memastikan pelanggan nyaman pada saat menggunakan layanan.
- Untuk aspek keamanan, keamanan tempat penyimpanan barang (*locker*) perlu menjadi perhatian pada pusat kebugaran. Ketika adanya rasa aman bagi pelanggan, maka dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan.
- Kesesuaian tarif dengan fasilitas yang tersedia juga menjadi hal yang perlu diperhatikan, karena Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness memiliki konsep pembayaran per program kelas/per kunjungan, maka bagi pelanggan dengan intensitas kunjungan yang tinggi akan mengeluarkan biaya yang cukup

besar jika dibandingkan dengan biaya yang ditawarkan pusat kebugaran lainnya. Oleh karena itu, manajemen dapat mempertimbangkan untuk membuat paket dengan biaya yang lebih murah jika dibandingkan dengan pembayaran per kunjungan/per program kelas. Dengan melakukan hal tersebut, manajemen bukan hanya dapat membuat pelanggan semakin loyal, tetapi dapat menarik pelanggan baru.

- Dengan semakin beragamnya jenis olahraga serta beragam alat penunjang yang dibutuhkan, penting bagi manajemen pusat kebugaran untuk terus memperbaharui pengetahuan, salah satu caranya dengan berkomunikasi secara aktif dengan pelanggan, meminta saran maupun umpan balik tentang beragam alat olahraga yang pelanggan butuhkan. Kelengkapan dan keberagaman alat olahraga bagi pusat kebugaran merupakan hal yang penting, pelanggan dapat melihatnya sebagai keunggulan yang tidak dimiliki pusat kebugaran lainnya, yang pada akhirnya membuat pelanggan terus datang dan secara konsisten menggunakan layanan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness.

3. Kualitas layanan pendukung merupakan layanan tambahan untuk melengkapi layanan inti yang diberikan pusat kebugaran. Layanan makanan dan minuman, layanan P3K, musik yang tepat untuk mendukung kegiatan olahraga, dan layanan konsultasi dengan ahli merupakan layanan yang dapat meningkatkan nilai sebuah pusat kebugaran. Dari hasil pengujian hipotesis ketersediaan layanan pendukung memang tidak berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, namun dari hasil wawancara dengan pelanggan hal ini dinilai penting dan sebaiknya tersedia. Saat ini Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness telah menyediakan layanan pendukung, namun masih perlu dikomunikasikan dengan

baik kepada pelanggan, manajemen perlu menginformasikan dimana layanan tersebut dapat diperoleh pelanggan. Manajemen juga dapat mempertimbangkan untuk membuat *workshop* atau seminar gratis bagi pelanggan seperti (*nutrition class* dan *sharing session* dengan pelatih).

4. Kualitas Program

Kualitas program pada pusat kebugaran mencakup keberagaman program, kualitas program, ketepatan waktu dalam mengumumkan dan memulai program kelas, dan kesesuaian jumlah pelanggan yang datang dengan yang terdaftar.

- Dengan sangat beragamnya program kelas di Pusat Kebugaran Tweak MOVE! manajemen sebaiknya mempertimbangkan untuk membuat video singkat atau menggunakan fitur “*guide*” di Instagram yang berisi tentang penjelasan berbagai program kelas yang tersedia beserta dengan klasifikasi levelnya (contoh: Calisthenic – baik untuk pelanggan dengan level pemula-mahir). Selain untuk memudahkan pelanggan dalam memilih program kelas yang tepat, hal ini juga dapat membuat layanan karyawan kontak kepada pelanggan baru menjadi lebih efektif dan efisien.
- Ketepatan waktu dalam mengumumkan program kelas perlu diperhatikan, karena Pusat Kebugaran Tweak MOVE! memiliki konsep “*on demand fitness*” dimana pelanggan dapat membuka kelas sesuai dengan kebutuhannya, maka program kelas yang tersedia cukup banyak, dengan pilihan jam yang beragam, dan lokasi yang berbeda. Manajemen dapat mempertimbangkan untuk membuat beragam jalur komunikasi untuk setiap konsep yang tersedia di Pusat Kebugaran Tweak MOVE!, seperti memisahkan nomor kontak untuk konsep *private gym*, *studio*, dan *fitness*, sehingga pelanggan dapat dengan mudah dan

nyaman dalam mendapatkan informasi terkini mengenai jadwal program kelas di berbagai cabang Pusat Kebugaran Tweak MOVE!. Dengan melakukan hal tersebut, karyawan kontak juga dapat lebih cepat dalam merespon pesanan pelanggan.

5. Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness perlu mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggannya. Manajemen perlu memberikan kualitas layanan prima terutama pada kualitas personel, kualitas lingkungan fisik, dan kualitas program, agar pelanggan memiliki keterikatan emosional dengan perusahaan, sehingga pelanggan akan datang kembali dan setia menggunakan layanan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness.
6. Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness perlu mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Manajemen perlu meningkatkan kualitas layanan terutama kualitas lingkungan fisik (kenyamanan, kebersihan, keamanan, kesesuaian tarif dengan fasilitas yang tersedia, dan kelengkapan alat olahraga) dan meningkatkan kepuasan pelanggan, agar pelanggan bukan hanya terus menggunakan layanan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness tetapi juga bersedia merekomendasikan dan membagikan pengalaman positifnya kepada orang lain.
7. Terdapat beberapa atribut yang perlu menjadi prioritas perbaikan beserta dengan usulan perbaikan untuk meningkatkan kinerja atribut tersebut:
 - a. Atribut ketersediaan layanan P3K, usulan perbaikan yang diberikan adalah kotak P3K dikunci dan diletakkan di tempat yang mudah terlihat oleh pelanggan, seperti di dekat pintu masuk. Dengan melakukan hal tersebut pelanggan mengetahui bahwa terdapat layanan P3K di Pusat

Kebugaran Tweak MOVE! Fitness dan dapat meminta obat-obatan yang dibutuhkan ke karyawan lini depan yang berjaga. Manajemen juga dapat mempertimbangkan untuk memberikan pelatihan dasar pertolongan pertama pada kecelakaan bagi karyawan lini depan agar siap ketika menghadapi kondisi darurat.

- b. Atribut keamanan tempat penyimpanan barang (*locker*), usulan perbaikan yang diberikan adalah menyediakan kunci atau gembok pada setiap lemari, dan manajemen juga dapat menerapkan denda bagi pelanggan yang menghilangkan kunci atau gembok yang telah disediakan.
- c. Atribut kecepatan karyawan dalam menanggapi saran maupun keluhan dari pelanggan dan ketepatan waktu dalam mengumumkan jadwal program kelas, usulan perbaikan yang diberikan adalah meningkatkan kemampuan komunikasi karyawan kontak, menambah jalur komunikasi dengan pelanggan dan memisahkannya sesuai dengan konsep yang tersedia di Pusat Kebugaran Tweak MOVE!, serta secara aktif menginformasikan kepada pelanggan bahwa pelanggan dapat secara mandiri mengecek jadwal terkini maupun ketersediaan kapasitasnya lewat *Website*.
- d. Atribut kesesuaian tarif dengan fasilitas yang dapat dinikmati pelanggan, usulan perbaikan yang diberikan adalah menyediakan paket seperti paket 10 kali program kelas dan 15 kali program kelas dengan biaya yang lebih murah dibandingkan dengan pembayaran per program kelas/per sesi.

- e. Atribut karyawan menjaga kerahasiaan informasi para anggota, usulan perbaikan yang diberikan adalah dengan tidak menyebarkan data pribadi pelanggan tanpa izin dari pelanggan yang bersangkutan.
 - f. Atribut kenyamanan kamar mandi, usulan perbaikan yang diberikan adalah karyawan lini depan yang berjaga pada setiap cabang perlu secara aktif memeriksa kebersihan kamar mandi beserta ketersediaan perlengkapannya (tisu, sabun, dan sampo).
8. Rekomendasi untuk manajemen perusahaan:

Aspek	Rekomendasi
Manajemen Pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat basis data pemasaran (<i>database marketing</i>), manajemen dapat menginvestasikan sumber dayanya pada teknologi untuk mengembangkan basis data pelanggan, baik pelanggan yang sudah ada saat ini maupun pelanggan potensial. Basis data ini dapat membantu manajemen untuk membuat program pemasaran yang tepat berdasarkan pemahaman karakteristik dan preferensi individual pelanggan. 2. Strategi <i>quantity discount</i>, seperti membuat paket 10 kali program kelas atau 15 kali program kelas dengan biaya yang lebih murah jika dibandingkan dengan pembayaran per kunjungan/per program kelas.

Aspek	Rekomendasi
<p>Manajemen Sumber Daya Manusia</p>	<p>Menciptakan budaya perusahaan yang positif dengan cara:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menciptakan suasana kerja yang nyaman serta memberikan kompensasi yang pantas. Bentuk kompensasi juga dapat berupa fasilitas seperti <i>fitness</i> gratis pada cabang Tweak MOVE! bagi seluruh karyawan dan pelatih. - Memfasilitasi peningkatan kemampuan atau nilai (<i>value</i>) pelatih kebugaran dengan mengikutsertakan pelatih pada <i>training</i> atau sertifikasi.
<p>Manajemen Operasi</p>	<p>Membuat <i>Standard Operating Procedure</i> (SOP) dalam hal kebersihan ruangan dan kamar mandi, ketepatan waktu dalam memulai program kelas, dan kesesuaian jumlah pelanggan yang tercatat dalam sistem dengan jumlah aktual.</p>
<p>Manajemen Strategi</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan <i>benchmarking</i> ke pusat kebugaran lain untuk mengetahui hal-hal yang perlu dipertahankan, dievaluasi, atau dikembangkan. 2. Secara aktif memperbarui pengetahuan terkait perkembangan dunia <i>fitness</i>, untuk menjadi bahan pertimbangan inovasi pada program kelas dan pengadaan alat penunjang olahraga. 3. Secara rutin melakukan evaluasi perkembangan bisnis (jumlah pelanggan dan laba perusahaan) untuk

Aspek	Rekomendasi
	<p>menentukan strategi pengembangan bisnis yang tepat.</p> <p>4. Membuat strategi akuisisi dan retensi pelanggan.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Strategi retensi pelanggan dilakukan dengan melakukan survei kepuasan pelanggan secara berkala untuk mengidentifikasi hal-hal yang perlu dipertahankan maupun yang perlu diperbaiki oleh perusahaan. Selain itu manajemen perlu untuk secara proaktif meminta umpan balik (<i>feedback</i>) dari pelanggan sebagai bahan pengembangan dan perbaikan kinerja perusahaan. - Strategi akuisisi pelanggan dapat dilakukan dengan bertanya kepada pelanggan tentang dari mana pelanggan mengetahui Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness dan menjadikannya sebagai bahan pertimbangan untuk membuat strategi akuisisi pelanggan yang efektif.

5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa masih diperlukan penelitian lanjutan. Oleh karena itu, bagi peneliti selanjutnya disarankan:

1. Peneliti selanjutnya dapat menambah variabel lain untuk mengetahui faktor penentu dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan pusat kebugaran. Penelitian ini terbatas pada variabel bebas yaitu kualitas personel, kualitas lingkungan fisik, kualitas layanan pendukung, dan kualitas program, serta variabel mediasi yaitu kepuasan pelanggan, namun hasil penelitian menunjukkan masih terdapat variabel-variabel lain yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan pusat kebugaran.
2. Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk menggunakan skala pengukuran kualitas layanan lainnya selain SQS-FC oleh Yildiz (2011) yang digunakan dalam penelitian ini, untuk melihat seberapa efektif skala pengukuran kualitas layanan pada pusat kebugaran lainnya dalam mengukur kualitas layanan pusat kebugaran di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, S. Z., Sah, B. M., & Kitchen, P. J. (2010). The relationship between sales skills and salesperson performance, and the impact of organizational commitment as a moderator: An empirical study in a Malaysian telecommunications company. *International Journal of Economics and Management*, 4(2), 181–211.
- Alexandris, K., Zahariadis, P., Tsorbatzoudis, C., & Grouios, G. (2004). An empirical investigation of the relationships among service quality, customer satisfaction and psychological commitment in a health club context. *European Sport Management Quarterly*, 4(1), 36–52. <https://doi.org/10.1080/16184740408737466>
- Avourdiadou, S., & Theodorakis, N. D. (2014). The development of loyalty among novice and experienced customers of sport and fitness centres. *Sport Management Review*, 17(4), 419–431. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2014.02.001>
- Behnam, M., Pyun, D. Y., Doyle, J. P., & Delshab, V. (2021). The impact of consumer knowledge on profitable consumer loyalty through perceived service quality and psychological involvement in non-profit sport clubs. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 22(2), 407–427. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-03-2020-0039>
- Brady, M. K., & Cronin, J. J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65(3). <https://doi.org/10.1509/jmkg.65.3.34.18334>
- Carifio, J., & Perla, R. J. (2007). Ten Common Misunderstandings, Misconceptions, Persistent Myths and Urban Legends about Likert Scales and Likert Response Formats and their Antidotes. *Journal of Social Sciences*, 3(3), 106–116. <https://doi.org/10.3844/jssp.2007.106.116>
- Christoper, L., & Wright, L. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT. Index.
- Foroughi, B., Iranmanesh, M., Gholipour, H. F., & Hyun, S. S. (2019). Examining relationships among process quality, outcome quality, delight, satisfaction and behavioural intentions in fitness centres in Malaysia. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 20(3), 374–389. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-08-2018-0078>
- García-Fernández, J., Gálvez-Ruiz, P., Vélez-Colon, L., Ortega-Gutiérrez, J., & Fernández-Gavira, J. (2018). Exploring fitness centre consumer loyalty: differences of non-profit and low-cost business models in Spain. *Economic Research-Ekonomika Istrazivanja*, 31(1), 1042–1058. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2018.1436455>
- Ghimire, A. J. (2012). Service Quality and Customer Satisfaction in the Restaurant Business. In *Central Ostrobothnia University of Applied Sciences* (Issue May).

- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gremler, D. D., & Brown, S. W. (1996). Service loyalty: Its Nature, Importance, and Implications. *Advancing Service Quality: A Global Perspective*, June, 171–180.
- Griffin, J. (2002). *Customer Loyalty How to Earn It, How to Keep It*. McGraw-Hill.
- Hair, J., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) - Joseph F. Hair, Jr., G. Tomas M. Hult, Christian Ringle, Marko Sarstedt. In *Sage*.
- Hallowell, R., Leonard A, S., & Jeffrey, Z. (1996). Internal Service Quality, Customer and Job Satisfaction: Linkages and Implications for Managers. *Human Resource Planning*.
- Kim, M. K., Park, M. C., & Jeong, D. H. (2004). The effects of customer satisfaction and switching barrier on customer loyalty in Korean mobile telecommunication services. *Telecommunications Policy*, 28(2), 145–159. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2003.12.003>
- Klasens, M., & Leszkiewicz, A. (2020). *Factors influencing the customer satisfaction rate in Dutch SME fitness centers*.
- Ko, Y., & Pastore, D. (2005). A Hierarchical Model of Service Quality for the Recreational Sport Industry. *Sport Marketing Quarterly*, 14(2).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks.
- Kotler, Philip; Kertjaya, H; Setiawan, I. (2010). *Marketing 3.0*. Erlangga.
- Kusumasitta. (2014). Relevansi Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan bagi Pengunjung Museum di Taman Mini Indonesia Indah. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 7(1).
- Lam, E. T. C., Zhang, J. J., & Jensen, B. E. (2005). Service Quality Assessment Scale (SQAS): An instrument for evaluating service quality of health-fitness clubs. *Measurement in Physical Education and Exercise Science*, 9(2), 79–111. https://doi.org/10.1207/s15327841mpee0902_2
- lifestyle.kompas.com. (2021). *Benarkah Pandemi Membuat Orang Kecanduan Olahraga?* Lifestyle.Kompas.Com. <https://lifestyle.kompas.com/read/2021/10/25/143127620/benarkah-pandemi-membuat-orang-kecanduan-olahraga?page=all>.
- Lovelock, C. (2000). *Services marketing: people, technology, strategy, 4th Edition*. Prentice Hall.
- Marianti, M. M. (2009). Pengukuran kualitas jasa. *Bina Ekonomi Majalah Ilmiah Fakultas Ekonomi Unpar*, 13(2), 11–20.
- Mcgowan, P. (1999). Managing service quality for competitive advantage in small engineering firms. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 5(2), 35–47. <https://doi.org/10.1108/13552559910274480>

- Moreira, A. C., & Silva, P. M. F. Da. (2016). Complaint behaviour by third parties: Exploring service quality, customer satisfaction and word-of-mouth in health clubs. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 16(3), 152–171. <https://doi.org/10.1504/IJSMM.2016.077923>
- Moura e Sá, P., & Cunha, P. (2019). Drivers of customer satisfaction and loyalty in swimming pools. *TQM Journal*, 31(3), 436–450. <https://doi.org/10.1108/TQM-09-2018-0127>
- Najafzadeh, M. R., Shiri, F., & Rahim, M. (2015). The Relationship between Service Quality and Perceived Value with Customer Loyalty and Aerobic Fitness Clubs in Tabriz. ~ 69 ~ *International Journal of Physical Education, Sports and Health*, 1(6), 69–73.
- Nuraeni, R. (2019). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN*. 2(4), 487–493.
- Özdemir, Ö., & M. Yildiz, S. (2020). Evaluation of Fitness Center Service Quality Through Importance-Performance Analysis. *European Journal of Physical Education and Sport Science*, 6(6), 46–58. <https://doi.org/10.46827/ejpe.v6i6.3248>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behaviour (10th ed)*. Pearson Prentice Hall.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen pemasaran: teori dan implikasi*. Andi.
- Sudjianto, E. Y., & Japarianto, E. (2017). Pengaruh Perceived Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variable Intervening Di Hotel Kartika Graha Malang. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(2), 54–60. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.11.2.54-60>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta.
- Suwono, L. V., & Sihombing, S. O. (2016). Factors Affecting Customer Loyalty of Fitness Centers: An Empirical Study. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7(1), 45. <https://doi.org/10.15294/jdm.v7i1.5758>
- Syarifuddin, P. R., & Sari, D. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Fitness Center (Studi Pada Galby Gym Muscle Buliding And Fitness Club Jl. Peta Bandung) The Influence Of Service Quality On Customer Satisfaction In Establishing F. *E-Proceeding of Management*, 2(3), 3857–3865.
- Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2011). *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3*. Andi.
- Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction (Edisi 4)*. CV Andi Offset.
- Tsitskari, E., Antoniadis, C. H., & Costa, G. (2014). Investigating the relationship among service quality, customer satisfaction and psychological commitment in Cyprian fitness centres. *Journal of Physical Education and Sport*, 14(4), 514–520. <https://doi.org/10.7752/jpes.2014.04079>

- Wendi. (2014). PELANGGAN (Studi Pada Born Fit Thamrin Jakarta Pusat). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 2, 1–16.
- Yildiz, S. M. (2011). An importance-performance analysis of fitness centre service quality: Empirical results from fitness centres in Turkey. *African Journal of Business Management*, 5(16), 7031–7041. <https://doi.org/10.5897/AJBM11.674>
- Yildiz, S. M., & Kara, A. (2012). A re-examination and extension of measuring perceived service quality in Physical Activity and Sports Centres (PSC): QSport-14 scale. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 13(3), 190–208. <https://doi.org/10.1108/ijsms-13-03-2012-b004>
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2. <https://doi.org/10.2307/1251446>
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1985). Problems and Strategies in Services Marketing. *Journal of Marketing*, 49(2), 33. <https://doi.org/10.2307/1251563>
- Zhao, X., Lynch, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197–206. <https://doi.org/10.1086/651257>