

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA PUSAT KEBUGARAN TWEAK
MOVE! FITNESS BANDUNG)**

TESIS



Oleh:

Cindy Keziea Muntu

8031901001

Pembimbing Tunggal:

Dr. Maria Merry Marianti, Dra., M.Si.

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

Terakreditasi Baik Sekali oleh BAN-PT No.2290/SK/BAN-PT/AK-

ISK/M/IV/2022

BANDUNG

2022

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY
ON CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY
(A CASE STUDY ON TWEAK MOVE! FITNESS
BANDUNG)**

THESIS



Author:

Cindy Keziea Muntu

8031901001

Adviser:

Dr. Maria Merry Marianti, Dra., M.Si.

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS

MASTER OF MANAGEMENT PROGRAM

Accredited Very Good by BAN-PT No.2290/SK/BAN-PT/AK-ISK/M/IV/2022

BANDUNG

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
DAN LOYALITAS PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA PUSAT KEBUGARAN TWEAK MOVE!
FITNESS BANDUNG)**



Oleh:

Cindy Keziea Muntu

8031901001

PERSETUJUAN TESIS

Bandung, 18 Juli 2022

Pembimbing Tunggal:

Dr. Maria Merry Marianti, Dra., M.Si.

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2022**

PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini, saya dengan data diri sebagai berikut:

Nama : Cindy Keziea Muntu
Nomor Pokok Mahasiswa : 8031901001
Program Studi : Magister Manajemen
Program Pascasarjana
Universitas Katolik Parahyangan

Menyatakan bahwa Tesis dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS
PELANGGAN (STUDI KASUS PADA
PUSAT KEBUGARAN TWEAK MOVE! FITNESS BANDUNG)**

adalah benar-benar karya saya sendiri di bawah bimbingan Pembimbing, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya, atau jika ada tuntutan formal atau non formal dari pihak lain berkaitan dengan keaslian karya saya ini, saya siap menanggung segala risiko, akibat, dan/atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya, termasuk pembatalan gelar akademik yang saya peroleh dari Universitas Katolik Parahyangan.

Dinyatakan : di Bandung
Tanggal : 18 Juli 2022



Cindy Keziea Muntu

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN
LOYALITAS PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA PUSAT KEBUGARAN TWEAK MOVE! FITNESS
BANDUNG)**

**Cindy Keziea Muntu (NPM: 8031901001)
Pembimbing Tunggal: Dr. Maria Merry Marianti, Dra., M.Si.
Magister Manajemen
Bandung
Juli 2022**

ABSTRAK

Dengan semakin kompetitifnya persaingan pada industri pusat kebugaran di Kota Bandung, maka penting bagi manajemen pusat kebugaran untuk mengidentifikasi faktor yang dapat mendorong kepuasan dan loyalitas pelanggan. Berbagai penelitian menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui Google form kepada 100 pelanggan Tweak MOVE! Fitness. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan metode PLS-SEM dengan program SmartPLS 3.3.9. Penelitian ini menggunakan model pengukuran kualitas layanan dari Yildiz (2011) yaitu *Service Quality Scale for Fitness Centers* (SQS-FC) dengan 4 dimensi yaitu kualitas personel, kualitas lingkungan fisik, kualitas layanan pendukung, dan kualitas program. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas personel, kualitas lingkungan fisik, dan kualitas program berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas lingkungan fisik berpengaruh positif secara langsung terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas personel dan kualitas program berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Sedangkan kualitas layanan pendukung tidak berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Analisis deskriptif dengan metode *Importance Performance Analysis* digunakan dalam penelitian ini untuk memberikan gambaran terkait atribut yang perlu menjadi prioritas perbaikan.

Kata Kunci: Kualitas layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION
AND LOYALTY
(A CASE STUDY ON TWEAK MOVE! FITNESS BANDUNG)***

**Cindy Keziea Muntu (NPM: 8031901001)
Adviser: Dr. Maria Merry Marianti, Dra., M.Si.
Magister of Management
Bandung
July 2022**

ABSTRACT

The fierce competition among fitness centers in Bandung encourages the fitness center management to identify the main factors that can drive customers' satisfaction and loyalty. Various studies mentioned the quality of the service is one of the many factors that contributes to customers' satisfaction and loyalty. This study aims to determine the effect of service quality on customers' satisfaction and loyalty. The data was collected from 100 Tweak MOVE! Fitness customers, who were given a questionnaire distributed via Google form. Hypothesis testing was done using the PLS-SEM method with SmartPLS 3.3.9 program. This study uses the service quality measurement model administered by Yildiz (2011) called Service Quality Scale for Fitness Centers (SQS-FC) which has 4 dimensions, personnel quality, physical environment quality, supporting services quality, and program quality. The result of the study indicates that personnel quality, physical environment quality, and program quality has a positive impact on customers' satisfaction. The quality of the physical environment has a direct positive effect on customer loyalty. Personnel and program quality affect customer loyalty through customer satisfaction. Meanwhile, the quality of supporting services does not influence customer satisfaction and loyalty. This study also confirms customer satisfaction has a positive impact on customer loyalty. The Importance Performance Analysis method is used as a descriptive analysis in this study to provide an overview of the attributes that need to be improved.

Keywords: service quality, customer satisfaction, customer loyalty.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas penyertaanNya, sehingga Tesis dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness Bandung)” dapat selesai dengan baik. Tesis ini disusun sebagai syarat menempuh ujian akhir Strata 2 di Magister Manajemen Universitas Katolik Parahyangan, Bandung. Dalam penyelesaian Tesis ini, tidak terlepas dari dukungan, bantuan, dan bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa hormat serta terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua, adik-adik, serta kakak yang selalu mendukung selama proses penyusunan Tesis ini, sehingga Tesis ini dapat selesai dengan baik.
2. Ibu Dr. Maria Merry Marianti, Dra., M.Si., selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas segala waktu, perhatian, bimbingan, masukan, dan motivasi yang diberikan. Segala pelajaran dan pengalaman ini sangat bermanfaat bagi penulis.
3. Ibu Brigita Meylianti Sulungbudi, Ph.D., ASCA., CIPM., selaku dosen pembahas Seminar Satu, Seminar Dua, dan Sidang Akhir Tesis. Terima kasih atas segala masukan, dan motivasi yang diberikan berkaitan dengan proses penyusunan Tesis ini.
4. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si. selaku dosen pembahas Seminar Satu, Seminar Dua, dan Sidang Akhir Tesis. Terima kasih atas segala masukan, dan motivasi yang diberikan berkaitan dengan proses penyusunan Tesis ini.

5. Ibu Dr. Vera Intanie Dewi, SE., MM., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Katolik Parahyangan yang selalu membantu dalam proses administrasi.
6. Seluruh dosen Magister Manajemen Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
7. Seluruh karyawan Pascasarjana Universitas Katolik Parahyangan yang telah membantu dalam urusan administrasi dan semua kegiatan perkuliahan.
8. Teman-teman Magister Manajemen angkatan 2019.
9. Manajemen Pusat Kebugaran Tweak MOVE! yang telah memberikan kesempatan untuk meneliti dan seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu serta memberikan dukungan kepada penulis sehingga Tesis ini dapat selesai dengan baik.

Semoga Tesis ini dapat bermanfaat dan penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan penulisan nama atau perkataan yang kurang berkenan.

Bandung, 18 Juli 2022

Penulis,
Cindy Keziea Muntu

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	13
1.4 Kerangka Pemikiran.....	14
1.5 Model dan Hipotesis Penelitian.....	17
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Kualitas Layanan.....	20
2.1.1 Pengukuran Kualitas Layanan.....	22
2.1.2 Manfaat Kualitas Layanan.....	26
2.2 Kepuasan Pelanggan.....	27
2.2.1 Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	28
2.2.2 Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	29
2.3 Loyalitas Pelanggan.....	30
2.3.1 Pengukuran Loyalitas Pelanggan.....	32

2.3.2	Manfaat Loyalitas Pelanggan	33
2.4	Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja	34
2.5	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	36
2.6	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	37
2.7	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan	38
2.8	Penelitian Terdahulu	40
BAB 3 OBJEK DAN METODE PENELITIAN		43
3.1	Objek Penelitian	43
3.2	Metode Penelitian.....	44
3.2.1	Jenis Penelitian.....	45
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	45
3.2.3	Populasi Penelitian	47
3.2.4	Sampel Penelitian.....	48
3.2.5	Definisi Operasional.....	49
3.2.6	Skala Pengukuran Variabel	59
3.2.7	Teknik Analisis Data	61
3.3	Karakteristik Responden	70
BAB 4 HASIL PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS		73
4.1	Penilaian Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan	73
4.1.1	Penilaian Pelanggan Terhadap Kualitas Personel	74
4.1.2	Penilaian Pelanggan Terhadap Kualitas Lingkungan Fisik.....	77

4.1.3	Penilaian Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Pendukung	81
4.1.4	Penilaian Pelanggan Terhadap Kualitas Program	84
4.2	Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan	86
4.3	Analisis Tingkat Loyalitas Pelanggan	88
4.4	Analisis Model Pengukuran	91
4.5	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	101
4.5.1	Pengujian <i>Inner</i> VIF	102
4.5.2	Pengujian Hipotesis	102
4.5.3	Pengujian Koefisien Determinasi	109
4.5.4	Pengujian <i>Effect Size</i>	110
4.5.5	Pengujian Relevansi Prediktif (Q^2)	111
4.6	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	112
4.7	Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja	115
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		126
5.1	Kesimpulan	126
5.2	Saran	130
5.2.1	Saran untuk Perusahaan yang diteliti	130
5.2.2	Saran untuk Peneliti Selanjutnya	140
DAFTAR PUSTAKA		141

LAMPIRAN..... 145

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Cabang Pusat Kebugaran Tweak MOVE!	2
Tabel 1.2 Daftar Layanan di Pusat Kebugaran Tweak MOVE!	4
Tabel 1.3 Alasan Pelanggan Menggunakan Layanan	8
Tabel 1.4 Keluhan Pelanggan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness.....	9
Tabel 2.1 Hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	40
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan.....	52
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan.....	56
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Loyalitas Pelanggan.....	57
Tabel 3.4 Skala Pengukuran Variabel.....	61
Tabel 3.5 Kategori Berdasarkan Skala Interval.....	62
Tabel 4.1 Hasil Rekap Variabel Kualitas Personel.....	74
Tabel 4.2 Hasil Rekap Variabel Kualitas Lingkungan Fisik.....	77
Tabel 4.3 Hasil Rekap Variabel Kualitas Layanan Pendukung	82
Tabel 4.4 Hasil Rekap Variabel Kualitas Program	84
Tabel 4.5 Hasil Rekap Variabel Kepuasan Pelanggan.....	86
Tabel 4.6 Hasil Rekap Variabel Loyalitas Pelanggan.....	88
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Model Awal.....	93
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Model Modifikasi 1	96
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Model Modifikasi 2.....	99
Tabel 4.10 Nilai <i>Inner</i> VIF.....	102
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Signifikansi Koefisien Jalur.....	103
Tabel 4.12 <i>R-Square</i>	110

Tabel 4.13 Hasil Pengujian <i>Effect Size</i> (f^2)	111
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Q^2	112
Tabel 4.15 Hasil Pengujian <i>Indirect Effect</i>	112
Tabel 4.16 Atribut Kuadran I	117
Tabel 4.17 Atribut Kuadran II	120
Tabel 4.18 Atribut Kuadran III	122
Tabel 4.19 Atribut Kuadran IV	124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Penelitian	18
Gambar 2.1 <i>Importance Performance Matrix</i>	35
Gambar 3.1 Diagram Jalur Model Penelitian.....	65
Gambar 3.2 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Gambar 3.3 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	71
Gambar 3.4 Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
Gambar 3. 5 Diagram Responden Berdasarkan Cabang yang Dikunjungi.....	72
Gambar 4.1 <i>Importance Performance Matrix</i>	116

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara dengan Manajemen

Lampiran 2 Transkrip Wawancara dengan Pelanggan

Lampiran 3 Hasil Observasi

Lampiran 4 Kuesioner Penelitian

Lampiran 5 Hasil Analisis Data Verifikatif

Lampiran 6 Transkrip Wawancara Mendalam dengan Pelanggan

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan pada industri pusat kebugaran (*fitness center*) di Kota Bandung saat ini terlihat cukup kompetitif, hal ini terlihat dari semakin banyaknya pusat kebugaran dengan skala kecil sampai dengan besar di berbagai daerah di Kota Bandung. Tweak MOVE! merupakan salah satu pusat kebugaran yang mulai beroperasi sejak Juli tahun 2020 dan saat ini telah memiliki 8 cabang yang tersebar di berbagai daerah di Kota Bandung. Pusat Kebugaran Tweak MOVE! memiliki konsep “*on demand fitness*” pertama di Indonesia, dimana pelanggan dapat memilih jenis olahraga, pelatih, dan jam berlatih yang diinginkan, dengan tanpa biaya keanggotaan (*membership*). Pihak manajemen Pusat Kebugaran Tweak MOVE! menyadari bahwa bukan hal yang mudah untuk membangun kebiasaan berolahraga, oleh karena itu konsep tanpa biaya keanggotaan dapat memudahkan pelanggan untuk berolahraga tanpa perlu berkomitmen lewat kontrak keanggotaan.

Pusat Kebugaran Tweak MOVE! saat ini memiliki 2.500 pelanggan dan berhasil membuka 8 cabang selama tahun 2020-2022, dimana pada saat itu banyak pusat kebugaran yang terpaksa harus tutup karena tidak mampu bertahan di masa pandemi COVID-19. Masa pandemi memang bukan masa yang mudah bagi sebuah pusat kebugaran untuk berkembang bahkan bertahan, namun manajemen Pusat Kebugaran Tweak MOVE! melihatnya sebagai peluang. Tidak dapat dipungkiri masa pandemi juga mengubah perilaku masyarakat yang akhirnya mulai beralih ke

gaya hidup yang lebih sehat, olahraga mulai menjadi kebutuhan banyak orang untuk meningkatkan imunitas tubuh. Penelitian yang dilakukan perusahaan RunRepeat menemukan bahwa terjadi peningkatan intensitas olahraga sebesar 88% pada 12.913 orang. Menjadi hal yang menarik bahwa intensitas tinggi tersebut datang bukan dari pegiat olahraga, namun orang yang biasanya berolahraga hanya sekali atau dua kali seminggu (lifestyle.kompas.com, 2021).

Pusat Kebugaran Tweak MOVE! hadir di masa pandemi dengan mengakomodir kebutuhan masyarakat yang ingin tetap berolahraga, namun merasa khawatir soal kebersihan dan interaksi dengan banyak orang. Pusat Kebugaran Tweak MOVE! selalu mengutamakan kebersihan dan membatasi kapasitas pelanggan pada setiap kelas atau ruangan. Setiap akhir sesi, ruangan selalu dibersihkan dengan disinfektan untuk memastikan pelanggan selanjutnya dapat menggunakan ruangan dengan bersih dan nyaman, melakukan *deep cleaning* setiap bulannya dan menyediakan disinfektan bagi pelanggan untuk dapat membersihkan sendiri alat yang ingin digunakan.

Pusat Kebugaran Tweak MOVE! menyediakan berbagai pilihan konsep, perbedaan setiap konsep terletak pada luas ruangan, kapasitas pelanggan dan kelengkapan alat olahraga. Berikut ini merupakan daftar cabang Pusat Kebugaran Tweak MOVE! beserta dengan konsep dan kapasitasnya.

Tabel 1.1 Daftar Cabang Pusat Kebugaran Tweak MOVE!

No	Nama Cabang	Konsep	Kapasitas Pelanggan
1.	MOVE! Sunda	Studio dan <i>Private Gym</i>	Studio (6 orang/sesi) dan <i>Private Gym</i> (3 orang/sesi)

No	Nama Cabang	Konsep	Kapasitas Pelanggan
2.	MOVE! Setramurni	Studio dan <i>Private Gym</i>	Studio (6 orang/sesi) dan <i>Private Gym</i> (4 orang/sesi)
3.	MOVE! Novotel	<i>Fitness</i>	5 orang/sesi
4.	MOVE! Opus One	<i>Private Gym</i>	3 orang/sesi
5.	MOVE! Yoga Heart	Studio	9 orang/sesi
6.	MOVE! The Majesty	<i>Fitness</i>	4 orang/sesi
7.	MOVE! Sumatera	<i>Fitness</i>	10 orang/sesi
8.	MOVE! Paskal	<i>Fitness</i>	10 orang/sesi

Sumber: <https://www.tweakindonesia.id>, diakses 16 Maret 2022.

Konsep *fitness* merupakan konsep dengan fasilitas terlengkap yang disediakan Pusat Kebugaran Tweak MOVE!, konsep ini memiliki ruangan yang luas dengan alat dan mesin *fitness* yang lebih lengkap dibandingkan dengan konsep lainnya. Pada konsep studio dan *fitness* terdapat program kelas reguler dengan kapasitas terbatas, program kelas yang disediakan yaitu *Muay Thai, Pulse, Strength and Cardio, Functional, Calisthenic, Yoga, Pound Fit, Fatburn Extreme* dan *Cardio Dance*. Jadwal program kelas secara berkala diinformasikan melalui media sosial dan *website*.

Pusat Kebugaran Tweak MOVE! memiliki berbagai jenis layanan, pelanggan yang ingin menggunakan layanan dapat menghubungi karyawan kontak (*contact personnel*) melalui media sosial Instagram dan Whatsapp. Karena sistemnya yang tanpa *membership*, pelanggan dapat membayar sesi (program kelas, *fitness*, atau sewa ruangan) dengan sistem pembayaran non-tunai (transfer) atau menggunakan Tweak Points (TP). Tweak Points merupakan sarana pembayaran di Pusat Kebugaran Tweak MOVE!, pelanggan dapat membeli points dengan minimal pembelian senilai Rp.100.000 (100 TP). Tweak Points tidak memiliki tanggal

kadaluarsa dan dapat digunakan untuk membayar sesi dengan harga spesial. Berikut ini merupakan daftar layanan yang tersedia beserta dengan biayanya.

Tabel 1.2 Daftar Layanan di Pusat Kebugaran Tweak MOVE!

No	Nama Layanan	Keterangan	Biaya
1.	<i>Semi Private Class</i>	Program kelas reguler dengan kapasitas maksimal 6-12 orang, latihan didampingi pelatih sesuai dengan program kelas yang dipilih, latihan bersama-sama dengan pelanggan lain dan menggunakan ruangan studio atau <i>fitness</i> .	Harga normal: Rp. 85.000 - Rp.90.000/sesi Dengan Tweak Points: 75 – 80 TP/sesi
2.	<i>Private Class</i>	Kapasitas maksimal 2 orang, latihan didampingi pelatih sesuai dengan program kelas yang dipilih dan menggunakan ruangan <i>private gym</i> .	Harga normal: Rp. 160.000/sesi Dengan Tweak Points: 150 TP/sesi
3.	<i>Open Class</i>	Membuka program kelas <i>semi private</i> diluar jadwal program kelas reguler, pelanggan dapat memilih jam berlatih, program kelas, dan pelatih yang diinginkan.	Harga normal: Rp. 75.000 – Rp.85.000/sesi Dengan Tweak Points: 75 – 80 TP/sesi
4.	<i>Fitness</i>	Menggunakan layanan <i>fitness</i> dengan kapasitas pelanggan maksimal 10 orang (<i>sharing space</i>).	Harga normal: Rp. 40.000/jam Dengan Tweak Points: 30 TP/jam

No	Nama Layanan	Keterangan	Biaya
5.	Sewa Ruang Studio	Menyewa ruangan studio yang dilengkapi alat olahraga, dengan kapasitas maksimal 6 – 10 orang.	Harga normal: mulai dari Rp. 170.000/jam Dengan Tweak Points: 160 TP/jam
6.	Sewa Ruang <i>Private Gym</i>	Menyewa ruangan <i>private gym</i> yang dilengkapi alat olahraga dengan kapasitas maksimal 4 orang.	Harga normal: Rp. 80.000/jam Dengan Tweak Point: 70 TP/jam
7.	<i>Private Training</i>	Program latihan <i>private</i> bersama pelatih, pelanggan dapat memilih pelatih sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai (contoh: <i>weightloss</i> , <i>fatloss</i> , dll).	Mulai dari Rp. 250.000/sesi

Sumber: <https://www.instagram.com/tweakmove.privategym/?hl=en>, diakses 16 Maret 2022.

Pada industri jasa yang mengandalkan layanan seperti pusat kebugaran, besar kemungkinan pelanggan akan pindah ke pusat kebugaran lain dengan alasan tertentu. Alasan ini perlu untuk diantisipasi oleh perusahaan dengan memutuskan strategi yang tepat, karena kunci bagi perusahaan untuk tetap bertahan ditengah persaingan yang kompetitif adalah dengan mempertahankan pelanggan. Dalam bisnis, untuk mendapatkan loyalitas pelanggan perusahaan perlu memberikan kualitas layanan yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan dan menyentuh sisi emosional pelanggan. Keputusan pelanggan untuk membeli atau menjadi pelanggan yang setia pada suatu merek sangat dipengaruhi oleh perasaan (Kotler,

Philip; Kertjaya, H; Setiawan, 2010). Pelanggan menginginkan produk atau jasa yang dapat membuat mereka merasa senang dan sesuai dengan kebutuhan mereka, serta memberikan pengalaman yang bernilai. Sebagai dampak dari peningkatan persaingan dan tingginya harapan pelanggan, kualitas layanan dinilai sebagai faktor penting dalam industri jasa termasuk pada industri pusat kebugaran. Pelanggan pusat kebugaran yang puas memiliki kemungkinan yang tinggi untuk terus menggunakan layanan, meningkatkan intensitas kunjungan, dan menceritakan pengalaman positif selama menggunakan layanan kepada orang lain (Moura e Sá & Cunha, 2019).

Kualitas layanan didefinisikan sebagai semua karakteristik suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan (Kotler & Keller, 2016). Terdapat berbagai metode untuk mengukur kualitas layanan di berbagai sektor industri jasa. Penelitian ini menggunakan metode untuk mengukur kualitas layanan pada industri jasa pusat kebugaran yang dikembangkan oleh Yildiz (2011), yaitu SQS-FC (*Service Quality Scale for Fitness Centers*). Metode SQS-FC memiliki 4 dimensi yaitu kualitas personel, kualitas lingkungan fisik, kualitas layanan pendukung, dan kualitas program.

Foroughi et al (2019) dalam penelitiannya pada anggota pusat kebugaran di Malaysia menemukan bahwa *process quality* (yang didalamnya mencakup kualitas personel, kualitas lingkungan fisik, kualitas layanan pendukung dan kualitas program) dan *outcome quality* secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan *customer delight*. Ketika perusahaan memahami ekspektasi pelanggan tentang layanan yang diberikan dan mampu menawarkan layanan yang melebihi ekspektasi pelanggan, maka kemungkinan akan

meningkatkan persepsi yang positif terhadap kualitas layanan di benak pelanggan (Behnam et al., 2021).

Kepuasan pelanggan mengacu pada kinerja produk atau jasa yang ada di benak dan harapan pelanggan. Ketika kualitas layanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan, pelanggan akan kecewa, begitu juga sebaliknya ketika kinerja produk atau jasa sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Lebih dari itu, ketika kualitas layanan melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas. Banyak manfaat yang akan dirasakan perusahaan ketika memiliki tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Kepuasan pelanggan dapat mengantisipasi pergantian pelanggan, mengurangi sensitivitas harga, mengurangi biaya pemasaran, mengurangi biaya operasional untuk menarik pelanggan baru, meningkatkan efektivitas promosi, menciptakan pelanggan baru, dan meningkatkan reputasi bisnis serta loyalitas pelanggan (Kim et al., 2004). Banyak penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh tingginya tingkat kepuasan pelanggan. Semakin puas pelanggan, maka akan semakin besar kemungkinan pelanggan untuk loyal (Ahmad et al., 2010).

Sebagai studi pendahuluan, peneliti melakukan wawancara dengan pihak manajemen Pusat Kebugaran Tweak MOVE!, didapatkan informasi bahwa awalnya Pusat Kebugaran Tweak MOVE! hanya memiliki dua konsep yaitu studio dan *private gym* yang fokus pada *free weight workout* (latihan beban tanpa menggunakan mesin), namun seiring berjalannya waktu manajemen mendapatkan saran dari pelanggan yang menginginkan mesin *fitness* untuk menunjang olahraga (lihat Lampiran 1). Pada bulan September tahun 2021, Pusat Kebugaran Tweak MOVE! membuka konsep baru yang dikenal dengan nama Tweak MOVE! Fitness.

Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness memiliki ruangan yang luas dengan alat dan mesin *fitness* yang lebih lengkap dibandingkan dengan konsep lainnya. Pusat Kebugaran Tweak MOVE! dengan konsep *fitness* saat ini memiliki jumlah pelanggan yang kurang lebih sama dengan konsep studio dan *private gym*. Hal ini menjadi fenomena yang menarik dimana konsep studio dan *private gym* merupakan konsep awal dari Pusat Kebugaran Tweak MOVE! yang beroperasi sejak bulan Juli tahun 2020, sedangkan konsep *fitness* merupakan konsep yang terbilang baru. Cabang pertama Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness berada di Hotel Novotel Cihampelas yang mulai beroperasi sejak bulan September 2021 dan dalam jangka waktu 4 bulan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness memiliki 3 cabang baru yang terletak di Jalan Sumatera, Apartemen The Majesty, dan pusat perbelanjaan Paskal Hyper Square. Perkembangan yang pesat menjadi tanda bahwa konsep *fitness* berhasil menarik minat pelanggan, maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness. Peneliti melakukan wawancara dengan 10 pelanggan untuk mengetahui alasan pelanggan memilih menggunakan layanan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness (lihat Lampiran 2).

**Tabel 1.3 Alasan Pelanggan Menggunakan Layanan
Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness**

No	Alasan
1.	Kapasitas pelanggan dalam satu ruangan atau kelas dibatasi
2.	Kebersihan terjaga dan suasananya nyaman
3.	Program kelas beragam
4.	Fasilitas lengkap
5.	Banyak pilihan pelatih yang profesional dan berpengalaman

No	Alasan
6.	Sistem pembayaran per <i>visit</i> (tidak ada biaya keanggotaan)
7.	Lebih ekonomis dibanding menyewa studio atau <i>private gym</i>
8.	Peralatan dan mesin <i>fitness</i> dalam kondisi yang sangat baik (baru)
9.	Lokasi mudah di akses
10.	Lahan parkir luas

Sumber: Kesimpulan hasil wawancara dengan 10 pelanggan pada bulan Maret tahun 2022.
 Catatan: Lihat Lampiran 2.

Berdasarkan tabel 1.3 dapat terlihat bahwa kualitas layanan merupakan faktor yang memengaruhi keputusan pelanggan untuk menggunakan layanan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness. Kualitas lingkungan fisik merupakan faktor yang paling dominan sebagai alasan pelanggan menggunakan layanan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness dan sebagian dipengaruhi oleh faktor kualitas personel dan kualitas program. Selain melakukan wawancara terkait alasan pelanggan memilih Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness, peneliti juga bertanya terkait keluhan yang pelanggan rasakan atas layanan yang diberikan.

Tabel 1.4 Keluhan Pelanggan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness

No	Keluhan
1.	Karyawan kontak (admin) <i>slow respon</i> dan sering melakukan kesalahan saat pemesanan
2.	Kurang fleksibel terkait ketentuan batas akhir pengisian saldo dan batas akhir perubahan atau pembatalan pesanan
3.	Jalur pemesanan terbatas hanya melalui 2 media (Instagram dan Whatsapp)
4.	Terkadang kapasitas tidak sesuai realita
5.	Kurang staf yang berjaga untuk memastikan kebersihan ruangan
6.	Karyawan kontak kurang komunikatif

No	Keluhan
7.	Biaya yang dikeluarkan menjadi mahal jika sering berolahraga
8.	Alat <i>fitness</i> kurang lengkap

Sumber: Kesimpulan hasil wawancara dengan 10 pelanggan pada bulan Maret tahun 2022.

Catatan: Lihat Lampiran 2.

Berdasarkan Tabel 1.4 dapat terlihat bahwa keluhan dari pelanggan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness dominan terkait dengan kualitas personel dan sebagian terkait dengan kualitas lingkungan fisik (lihat Lampiran 2). Peneliti juga melakukan observasi ke Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness, berdasarkan observasi terdapat beberapa hal yang perlu menjadi perhatian, yaitu lemari tempat penyimpanan barang (*locker*) yang tidak dilengkapi dengan kunci atau gembok, ruang ganti pada cabang Paskal Hyper Square tidak dilengkapi dengan kunci, dan pemberitahuan kelas yang tersedia untuk semua cabang melalui satu media sosial Instagram, sehingga membingungkan saat dibaca oleh pelanggan (lihat Lampiran 3).

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, didapatkan kesan yang baik dan beberapa keluhan mengenai layanan yang diberikan. Keluhan-keluhan pelanggan di atas sebaiknya segera diantisipasi oleh manajemen untuk mempertahankan keberlangsungan (keberlanjutan) bisnis jangka-panjang perusahaan. Dalam industri olahraga seperti pusat kebugaran dengan tingginya kemungkinan pelanggan untuk berpindah, serta tingginya biaya untuk mendapatkan pelanggan baru, penting bagi manajemen pusat kebugaran untuk memahami hal apa yang dapat mendorong kepuasan dan loyalitas pelanggan. Ditengah persaingan yang semakin kompetitif pada industri pusat kebugaran di Kota Bandung, Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness perlu membuat strategi yang bukan hanya

berfokus untuk menarik pelanggan baru, tetapi juga memiliki strategi yang tepat untuk mempertahankan pelanggan yang ada, dengan mengetahui faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggannya.

Berbagai penelitian telah menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dari kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Sudjianto & Japariato (2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan juga terbukti memediasi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan Najafzadeh et al (2015) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan kunci penting untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan sebuah pusat kebugaran. Kualitas layanan telah diakui sebagai salah satu elemen utama yang dapat memengaruhi retensi anggota dan profitabilitas jangka panjang perusahaan (Zeithaml, 1988).

Untuk melengkapi penelitian ini, digunakan salah satu teknik analisis deskriptif yaitu metode IPA (*Importance Performance Analysis*) yang diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977). Metode IPA bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat kepentingan dan kinerja sebuah produk atau jasa, menentukan atribut yang kuat maupun atribut yang perlu mendapatkan prioritas perbaikan. Menurut Özdemir & M. Yildiz (2020) metode IPA merupakan metode yang efektif untuk mengevaluasi kualitas layanan pada pusat kebugaran, dan dapat membantu pusat kebugaran untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan profitabilitas perusahaan. Upaya ini akan memudahkan perusahaan untuk bertahan dalam lingkungan yang sangat kompetitif.

Dari penjelasan yang telah dipaparkan, maka peneliti tertarik untuk mengetahui penilaian pelanggan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness atas kualitas layanan yang diterima, menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan secara langsung maupun dengan peran mediasi kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode IPA untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan kualitas layanan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness, sehingga manajemen dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan, disusun rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana penilaian pelanggan terhadap kualitas layanan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan di Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness?
3. Bagaimana tingkat loyalitas pelanggan di Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness?
4. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness?
6. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness?

7. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan?
8. Apa saja atribut kualitas layanan yang perlu mendapatkan prioritas perbaikan dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis*?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mempelajari pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Sesuai dengan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui penilaian pelanggan terhadap kualitas layanan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness.
2. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness.
3. Mengetahui tingkat loyalitas pelanggan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness.
4. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness.
5. Mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness.
6. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness.
7. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness.

8. Mengetahui atribut kualitas layanan yang dapat menjadi prioritas perbaikan pada Pusat Kebugaran Tweak MOVE! Fitness.

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai referensi untuk beberapa pihak, baik bagi penulis, bagi perusahaan yang diteliti, maupun bagi pihak-pihak lain yang membutuhkannya. Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis, dapat meningkatkan dan memperluas pengetahuan yang ada tentang faktor-faktor penentu kepuasan dan loyalitas pelanggan pada industri pusat kebugaran, serta penerapan ilmu manajemen dalam dunia nyata.
2. Bagi pihak pengelola atau manajemen Pusat Kebugaran Tweak MOVE! dapat menjadi masukan untuk meningkatkan kualitas layanannya khususnya pada konsep *fitness*, guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggannya.
3. Bagi pihak-pihak lain yang membutuhkannya, khususnya para pengelola atau manajemen pada industri pusat kebugaran, dapat menjadi acuan dan tambahan informasi guna meningkatkan kualitas layanan dan kinerja perusahaan, serta membuat strategi pemasaran yang tepat guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

1.4 Kerangka Pemikiran

Peningkatan jumlah pusat kebugaran di Kota Bandung mendorong persaingan pada industri ini menjadi semakin kompetitif. Tidak dapat dipungkiri bahwa pandemi COVID-19 cukup berdampak pada semua sektor usaha, tidak terkecuali sektor kesehatan dan kebugaran. Terdapat berbagai manfaat fisiologis dan psikologis yang ditawarkan pusat kebugaran kepada pelanggannya, tingginya

persaingan dalam industri ini mendorong manajemen pusat kebugaran untuk dapat mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, serta memberikan layanan yang menarik atau inovatif. Kualitas layanan terbaik yang diberikan oleh pusat kebugaran menjadi penting untuk menarik pelanggan, mempertahankan pelanggan, dan dapat menjadi salah satu faktor pembeda dengan pesaing. Sejumlah penelitian menyimpulkan bahwa “pangsa pasar, ROI (*Return On Investment*), profitabilitas, perputaran aset, efisiensi biaya, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, minat pembelian ulang, dan komunikasi getok tular (*word-of-mouth communication*) berkaitan positif dengan persepsi terhadap kualitas jasa atau layanan sebuah organisasi” (Bouilding, et.al., 1993; Crosby, 1979; Edvardson, et al., 1994; Olsen, 2002; Reichheld & Sasser, 1990; Rust, et al., 1996; Zeithaml, et al., 1990; Zeithaml, 2000) dalam (Tjiptono & Gregorius, 2016). Menarik dan mempertahankan pelanggan tergantung pada bagaimana perusahaan dapat memuaskan harapan pelanggan yang berkaitan dengan kualitas layanan. Kualitas layanan didefinisikan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan perusahaan yang dapat memenuhi harapan pelanggan (Lewis dan Booms, 1983 dalam Tjiptono & Gregorius, 2016). Dengan memberikan layanan terbaik bagi pelanggannya, perusahaan dapat membangun hubungan yang baik dan memelihara hubungan jangka panjang dengan pelanggan, hal ini penting untuk memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Kualitas layanan berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pusat kebugaran (Moreira & Silva, 2016). Sejumlah penelitian lainnya pada industri pusat kebugaran juga menunjukkan bahwa kualitas layanan memengaruhi kepuasan pelanggan (Alexandris et al., 2004; Foroughi et al., 2019;

Avourdiadou & Theodorakis, 2014). Terdapat berbagai metode untuk mengukur kualitas layanan pada berbagai sektor dalam industri jasa. Beberapa penulis telah menciptakan model dan instrumen yang bertujuan untuk mengukur kualitas layanan di industri pusat kebugaran (Yildiz, 2011; Alexandris et al., 2004; Lam et al., 2005; Rial-Boubeta et al., 2010).

Penelitian ini akan menggunakan metode SQS-FC dari Yildiz (2011) yang memiliki empat dimensi untuk mengukur kualitas layanan di pusat kebugaran, yaitu kualitas personel, kualitas lingkungan fisik, kualitas layanan pendukung, dan kualitas program. Kualitas personel mengacu pada interaksi interpersonal antara pelanggan dengan karyawan dan pelatih kebugaran yang terjadi selama pemberian layanan. Kualitas lingkungan fisik mengacu pada elemen nyata dari perusahaan. Kualitas layanan pendukung mengacu pada layanan lain yang dapat melengkapi layanan inti perusahaan. Kualitas program didefinisikan sebagai persepsi pelanggan tentang keunggulan program (Ko & Pastore, 2005).

Berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa pelanggan cenderung diam saat merasa puas, tetapi jika merasa tidak puas mereka akan menceritakan pengalamannya kepada orang lain. Pelanggan yang merasa puas terhadap produk atau layanan yang diberikan akan memberikan umpan balik dengan melakukan pembelian berulang pada merek yang sama dan merekomendasikannya kepada orang lain. Sementara pelanggan yang merasa tidak puas cenderung akan berpindah ke merek lain (Sudaryono, 2016). Dagger, Elliot & Bowden-Everson dalam Petzer dan Meckay (2014) menyatakan kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai kunci utama loyalitas, pembelian kembali, dan hubungan jangka panjang karena

adanya pengaruh positif dari komitmen afektif pelanggan dan kepercayaan pelanggan terhadap produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan.

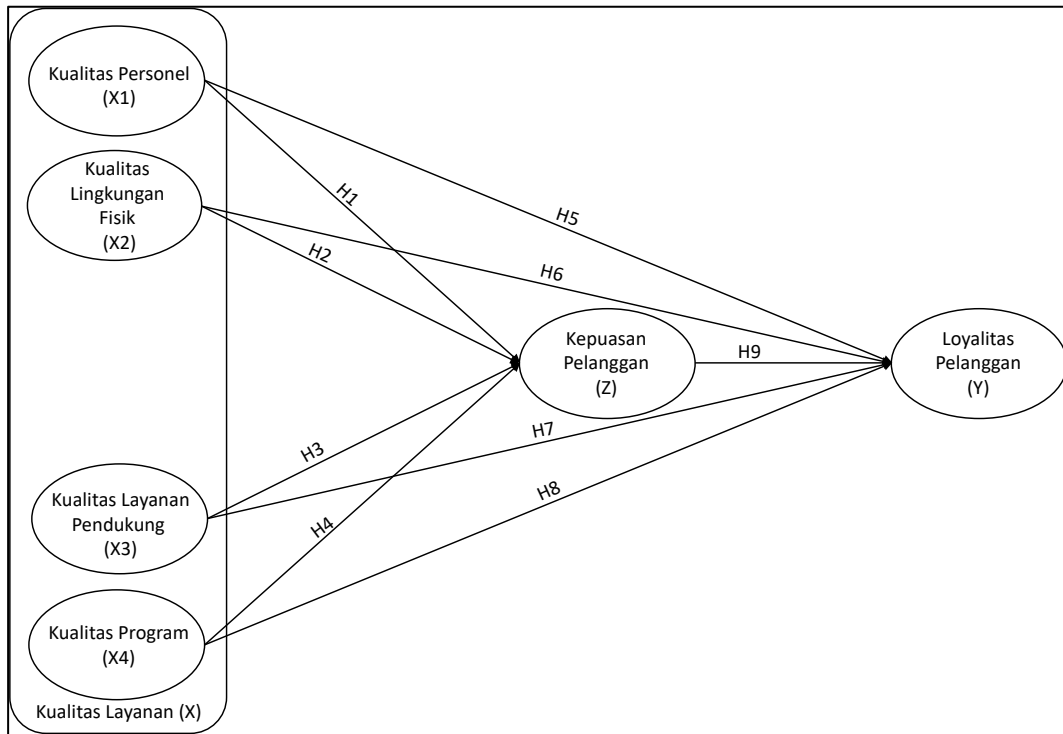
Pendaftaran kembali anggota (*member*) adalah masalah utama dalam industri pusat kebugaran. Berhentinya anggota dapat dilihat sebagai kerugian finansial dan kehilangan kesempatan, karena itu penciptaan loyalitas dan pengikatan pelanggan harus menjadi prioritas bagi pusat kebugaran (McCarthy, 2007). Jika dibandingkan dengan biaya untuk mempertahankan pelanggan yang ada, dibutuhkan biaya lima kali lebih banyak untuk menarik pelanggan baru, dan bahwa pelanggan setia akan mendatangkan lebih banyak pelanggan baru (Reichheld dan Sasser, 1990).

Loyalitas pelanggan merupakan kecenderungan pelanggan untuk selalu memilih suatu penyedia layanan dibandingkan penyedia layanan lainnya. Selain melakukan pembelian berulang, pelanggan yang loyal juga mempertahankan sikap positif terhadap penyedia layanan. Loyalitas pelanggan menjadi salah satu faktor yang penting bagi keberlangsungan sebuah bisnis. Dengan memiliki pelanggan yang loyal, sebuah bisnis dapat bertahan dan berkembang ditengah persaingan yang semakin kompetitif. Menurut Hallowell et al (1996) kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat memprediksi komitmen psikologis pelanggan (Tsitskari et al., 2014).

1.5 Model dan Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan kerangka pemikiran, maka dirumuskan model penelitian sebagai berikut:

Gambar 1.1 Model Penelitian



Sumber: Penulis, 2022

Adapun hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1: Kualitas personel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- H2: Kualitas lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- H3: Kualitas layanan pendukung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- H4: Kualitas program berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- H5: Kualitas personel berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

H6: Kualitas lingkungan fisik berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

H7: Kualitas layanan pendukung berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

H8: Kualitas program berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

H9: Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.