

**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 FITNESS CENTER CUSTOMER LOYALTY***

Perbawa Rizky Syarifuddin¹, Devilia Sari²

Prodi S1 Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

perbawarizky@students.telkomuniversity.ac.id, devilia@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Galby Gym adalah suatu perusahaan keluarga yang bergerak dalam bidang jasa khususnya jasa penyedia tempat latihan kebugaran yang berupaya untuk menyediakan segala kebutuhan dan keinginan pelanggan dalam hal kualitas pelayanan yang diberikan untuk dapat memberikan rasa puas bagi pelanggan. Namun, pada implementasinya pelanggan Galby Gym merasakan dan menemukan pelayanan yang kurang baik yang diberikan oleh penyedia jasa. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk pada loyalitas pelanggan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X) sebagai variabel bebas, kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel perantara, dan loyalitas pelanggan (Z) sebagai variabel terikat. Dari hasil analisis deskriptif ditemukan bahwa tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan secara keseluruhan dalam kategori baik dengan persentase sebesar 74,8%. Untuk kepuasan pelanggan dalam kategori baik dengan persentase sebesar 78%, dan loyalitas pelanggan dalam kategori baik dengan persentase sebesar 80%. Berdasarkan hasil analisis jalur menunjukkan terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah 73,44% dan sisanya sebesar 26,56% dipengaruhi oleh variabel lain. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah 90,44% dan sisanya sebesar 9,6% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan

Abstract

Galby gym is a family company that is engaged in the service provider, especially the gym which seeks to provide for the needs and desires of customers in terms of quality of services provided in order to provide satisfaction for the customer. However, the implementation galby gym customers feel and find less good service provided by the service provider. The purpose of this study was to determine the effect of service quality on customer satisfaction in establishing customer loyalty. Variables used in this study was the quality of service (X) as the independent variable, customer satisfaction (Y) as an intermediate variable, and customer loyalty (Z) as the dependent variable. From the results of descriptive analysis found that respondents to the overall service quality in both categories with a percentage of 74.8%. To customer satisfaction in both categories with a percentage of 78%, and customer loyalty in both categories with a percentage of 80%. Based on the results of path analysis showed that there was influence of service quality on customer satisfaction was 73.44% and the remaining 26.56% influenced by other variables. Influence of customer satisfaction to customer loyalty is 90.44% and the remaining 9.6% is influenced by other variables.

Keywords: Service Quality, Costumer Satisfaction, and Costumer Loyalty

1. Pendahuluan

Galby gym adalah suatu perusahaan yang bergerak di dalam bidang jasa yang dimiliki oleh keluarga Dicky Komarudin yang berdiri pertama kali pada tahun 1999 di Jl.Citereup No.86 Cimahi. Galby gym merupakan salah satu tempat penyedia jasa layanan pusat kebugaran atau *muscle building and fitness club* yang ada di Jl.Peta Kota Bandung. Adapun visi dari Galby gym adalah, menjadi pusat *muscle building* dan *fitness club* yang terpercaya bagi pelanggan dengan menggunakan konsep kekeluargaan. Adapun yang menjadi misi dari Galby gym adalah (1) memberikan pelayanan yang prima; (2) mengutamakan kepuasan pelanggan; (3) mengutamakan konsep kekeluargaan bagi seluruh *member* ataupun *non member*.

Dalam hal menjalankan suatu usaha yang menyediakan pelayanan jasa tempat latihan dan pusat kebugaran, pihak manajemen perlu memikirkan suatu strategi untuk bersaing dengan usaha sejenis agar usaha tersebut dapat berjalan sesuai harapan pihak manajemen. Hal ini dapat dibuktikan dengan semakin banyaknya pertumbuhan pusat kebugaran mulai dari tipe kalangan menengah kebawah sampai dengan kalangan menengah keatas hadir di setiap kota di Indonesia khususnya di kota Bandung. Berdasarkan hasil data yang diperoleh, tingkat rata-rata pelanggan pada tahun 2013-2014 dapat diketahui bahwa jumlah kunjungan pelanggan galby gym mengalami fluktuasi di setiap bulannya. Dengan adanya fakta tersebut memberi indikasi awal bahwa pelanggan merasa tidak mendapatkan kepuasan dari aspek kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh manajemen galby gym. Dalam

jangka panjang, ketidakpuasan pelanggan akan memberikan dampak buruk yang mempengaruhi loyalitas pelanggan bagi perusahaan tersebut.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai kualitas pelayanan *Galby Gym*?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan terhadap *Galby Gym*?
3. Bagaimana loyalitas pelanggan terhadap *Galby Gym*?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *Galby Gym*?
5. Seberapa besar pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *Galby Gym*?
6. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan *Galby Gym* melalui kepuasan pelanggan?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tanggapan pelanggan mengenai kualitas pelayanan *Galby Gym*.
2. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan *Galby Gym*.
3. Untuk mengetahui bagaimana loyalitas pelanggan *Galby Gym*.
4. Untuk mengetahui seberapa besar kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Galby Gym*.
5. Untuk mengetahui seberapa besar kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan *Galby Gym*.
6. Untuk mengetahui seberapa besar kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan *Galby Gym* melalui kepuasan pelanggan.

2. Tinjauan Pustaka dan Lingkup Penelitian

2.1 Tinjauan Pustaka

Kualitas pelayanan pada prinsipnya berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. (Tjiptono, 2009:246).

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. (Kootler & Keller, 2007:177).

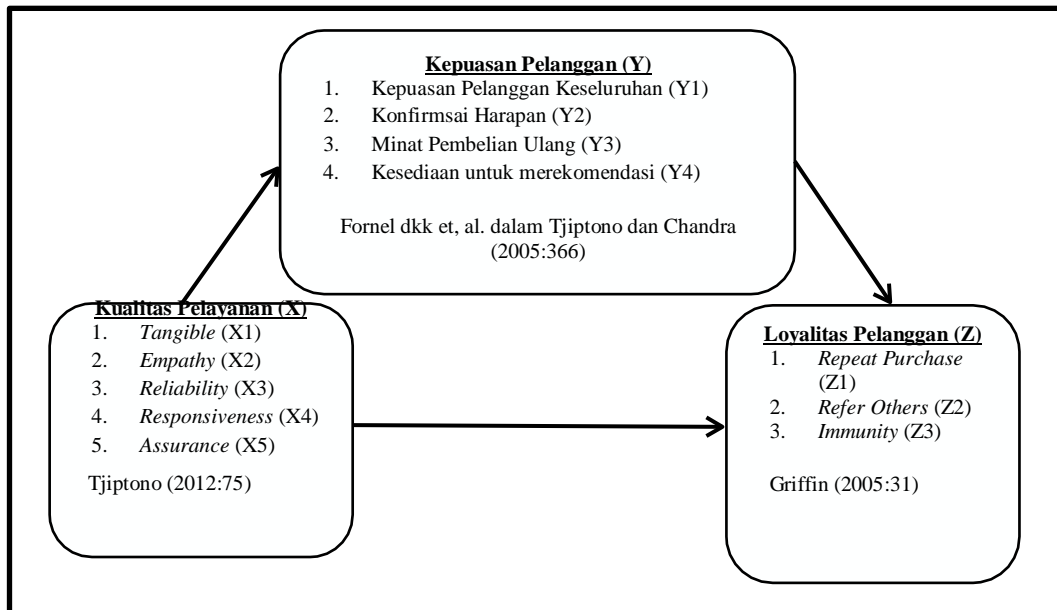
Loyalitas pelanggan adalah suatu komitmen yang kuat dari pelanggan, sehingga bersedia melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa yang disukai secara konsisten dalam jangka panjang, tanpa terpengaruh oleh situasi dan usaha-usaha pemasaran dari produk lain yang berusaha membuat mereka beralih untuk membeli produk lain. (Griffin, 2005:31).

Untuk mempertegas pernyataan sebelumnya maka dari itu berdasarkan penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Dwi Aryani (2010), hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima dimensi pembentuk kualitas layanan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara variabel kualitas layanan KFC terhadap kepuasan pelanggan mahasiswa FISIP UI dan diketahui pula bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa FISIP UI.

Sedangkan berdasarkan penelitian lainnya yang diteliti oleh A.A Ayu Atika Paramitha Wendha (2013), hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Garuda Indonesia dan kepuasan pelanggannya berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Garuda Indonesia.

Sedangkan berdasarkan penelitian lainnya yang diteliti oleh Elita Meike Wijaya (2011), dari penelitian dengan menggunakan 100 responden Pengguna Waterpark Semawis Semarang, hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Waterpark Semawis Semarang.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan tersebut, secara skematis model kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber : Olahan Penulis

2.2 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pemikiran, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan *Galby Gym*.
2. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan *Galby Gym*.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan *Galby Gym* melalui kepuasan pelanggan.
4. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

2.3 Lingkup Penelitian

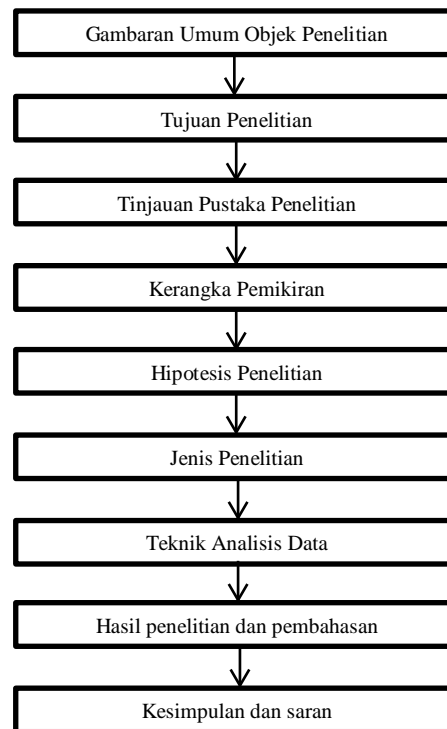
Penelitian ini dilakukan pada *Galby Gym Muscle Building and Fitness Club* Jl. Peta Bandung. Waktu penelitian dimulai dari bulan Februari 2015, sedangkan lamanya periode penelitian selama 5 bulan dimulai dari bulan Februari 2015 sampai dengan Juni 2015.

3. Metode Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini merupakan suatu penelitian eksplanatori, yaitu dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dan studi kausal. Pada penelitian eksplanatori ini, pengumpulan data didapatkan dari penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan yang berupa wawancara, kuisioner ataupun pengamatan langsung terhadap keadaan yang sebenarnya dalam perusahaan. Teknik sampling yang digunakan yaitu teknik *Non Probability Sampling* dan pengambilan responden menggunakan teknik *incidental sampling* dari perhitungan metode *Isaac* dan *Michael* yang didapat jumlah sampel sebanyak 103 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah *Path Analysis* (Analisis Jalur).

3.1 Langkah-langkah Penelitian

Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Tahapan Penelitian

Sumber : Olahan Penulis

4. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan, dinyatakan bahwa 36 item pernyataan mewakili variabel adalah valid. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai Fhitung pada *Corrected Item-Total Correlation* yang pada 36 item pernyataan lebih besar dari rtabel (0,361), sehingga 36 item pernyataan tersebut dapat digunakan untuk penelitian. Uji reliabilitas yang dilakukan memperoleh nilai *Cronbach's alpha* > 0,7.

Dalam penelitian ini terdapat karakteristik responden berdasarkan usia yang menunjukkan mayoritas responden sebanyak 43 orang atau 42 orang adalah responden yang berusia 16-25 tahun dan responden terendah sebanyak 5 orang atau 5% adalah responden yang berusia > 45 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas usia muda lebih mendominasi datang dan berlatih di Galby Gym Jl.Peta Bandung.

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan sebanyak 87 orang atau 84% mayoritas berjenis kelamin pria dan 16 orang atau 16% berjenis kelamin wanita. Hal ini menunjukkan bahwa pria lebih mendominasi untuk berlatih di Galby Gym Jl.Peta Bandung.

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan menunjukkan mayoritas responden tertinggi sebanyak 35 orang atau 34% adalah dari kalangan pelajar/mahasiswa dan responden terendah sebanyak 7 orang atau 7% adalah dari kalangan ibu rumah tangga.

Karakteristik responden berdasarkan pengeluaran per bulan menunjukkan responden tertinggi sebanyak 41 orang atau 40% adalah responden yang memiliki pengeluaran per bulan Rp. 500.001,00 – Rp. 1.500.000,00 dan responden terendah sebanyak 6 orang atau 6% adalah responden yang memiliki pengeluaran per bulan < Rp. 500.000,00.

Karakteristik responden berdasarkan status member menunjukkan responden yang menjadi member sebanyak 86 orang atau 84% dan responden yang bukan member atau per *visit* sebanyak 17 orang atau 16%.

Karakteristik responden berdasarkan intensitas latihan menunjukkan mayoritas responden tertinggi sebanyak 53 orang atau 51% adalah pelanggan yang mempunyai intensitas latihan sebanyak 2-3 kali per minggu dan responden terendah adalah 12 orang atau 12% adalah pelanggan yang mempunyai intensitas latihan sebanyak > 5 kali per minggu. Hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan yang mempunyai intensitas latihan

sebanyak 2-3 kali per minggu lebih banyak dalam memenuhi kebutuhan yang ditawarkan Galby Gym Jl. Peta Bandung sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.

Dengan demikian, Galby Gym Jl.Peta Bandung harus selalu meningkatkan pelayanan yang diberikan dari pesaing yang ada di dalam segmentasi yang setara supaya pelanggan yang telah berlatih di galby gym tidak melakukan peralihan tempat latihan serta hal tersebut agar pelanggan yang sudah merasa puas dan menjadi pelanggan yang loyal.

4.1 Analisis Korelasi

Tabel 1. Analisis Korelasi

		Correlations		
		X	Y	Z
Kualitas Pelayanan (X)	Pearson Correlation	1	.857**	.754**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	103	103	103
Kepuasan Pelanggan (Y)	Pearson Correlation	.857**	1	.951**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	103	103	103
Loyalitas Pelanggan (Z)	Pearson Correlation	.754**	.951**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	103	103	103

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

a. Korelasi Antar Variabel Kualitas Pelayanan dan Variabel Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan Tabel 4.12 diketahui nilai $r = 0,857$. Artinya, hubungan antar variabel Kualitas Pelayanan dengan variabel Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 0,857. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan variabel Kepuasan Pelanggan memiliki hubungan yang sangat kuat dan searah karena bernilai positif. Dari hasil korelasi tersebut, dapat diketahui variabel Kualitas Pelayanan sebesar

$$KD = r^2 \times 100\% = 0,857^2 \times 100\% = 73,45\%$$

Artinya 73,45% variabel Kepuasan Pelanggan dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan. Sisanya sebesar 26,55% ditentukan oleh variabel lain.

Hipotesis:

H0 : Tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan dengan variabel Kepuasan Pelanggan.

H1 : Ada hubungan yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan dengan variabel Kepuasan Pelanggan.

Dasar Pengambilan Keputusan :

Sig $\geq 0,05$ maka H0 diterima

Sig $\leq 0,05$ maka H1 diterima

Oleh karena itu keputusannya adalah Sig 0,000 $< 0,05$ maka H0 ditolak dan H1 diterima.

b. Korelasi Antar Variabel Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan Tabel 4.12 diketahui nilai $r = 0,951$. Artinya, hubungan antar variabel Kepuasan Pelanggan dengan variabel Loyalitas Pelanggan adalah sebesar 0,951. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan dan variabel Loyalitas Pelanggan memiliki hubungan yang sangat kuat dan searah karena bernilai positif. Dari hasil korelasi tersebut, dapat diketahui variabel Kepuasan Pelanggan sebesar

$$KD = r^2 \times 100\% = 0,951^2 \times 100\% = 90,44\%$$

Artinya 90,44% variabel Loyalitas Pelanggan dijelaskan oleh variabel Kepuasan Pelanggan. Sisanya sebesar 9,56% ditentukan oleh variabel lain.

Hipotesis:

H0 : Tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel Kepuasan Pelanggan dengan variabel Loyalitas Pelanggan.

H1 : Ada hubungan yang signifikan antara variabel Kepuasan Pelanggan dengan variabel Loyalitas Pelanggan.

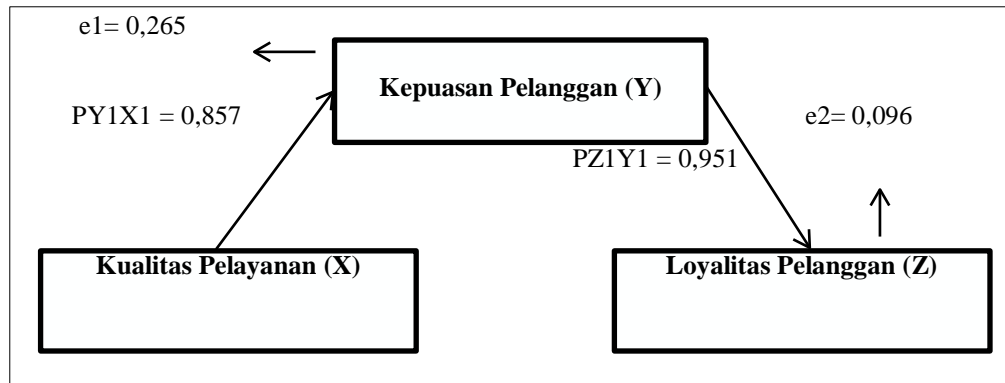
Dasar Pengambilan Keputusan :

$\text{Sig} \geq 0,05$ maka H_0 diterima

$\text{Sig} \leq 0,05$ maka H_1 diterima

Oleh karena itu keputusannya adalah $\text{Sig} 0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

4.2 Analisis Jalur



Gambar 3. Hubungan Kausal Variabel X dan Y terhadap Z

Sumber: Hasil Pengolahan Penulis

Tabel 2. Rangkuman Koefisien Analisis Jalur

Variabel	Koefisien Jalur	Pengaruh		
		Langsung	Tidak Langsung	Total
X terhadap Y	0,857	0,857	-	0,857
Y terhadap Z	0,951	0,951	-	0,951
e1	0,265	0,265	-	0,265
e2	0,096	0,096	-	0,096

Sumber: Hasil Pengolahan Penulis

Hasil keseluruhan pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dalam membentuk Loyalitas Pelanggan (Z) adalah sebagai berikut:

- Penerapan Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Galby Gym Jl.Peta Bandung $(0,857)^2 = 0,7344 = 73,44\%$. Dan sisanya sebesar 26,56% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.
- Penerapan Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Loyalitas Pelanggan (Z) Galby Gym Jl.Peta Bandung $(0,951)^2 = 0,9044 = 90,44\%$. Dan sisanya sebesar 9,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

5. Simpulan dan Saran

5.1 Simpulan

Berdasarkan latar belakang, landasan teori, analisis data, dan hasil pengujian yang dilakukan terhadap hipotesis, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Galby Gym Jl.Peta Bandung termasuk dalam kategori baik dengan persentase sebesar 74,8%. Dimana dimensi reliabilitas (*reliability*) yang paling menonjol diantara dimensi lainnya yang dikarenakan pelayanan yang ditawarkan sesuai dengan yang dijanjikan serta sesuai dengan harapan pelanggan dan dari sisi prosedur pendaftaran di galby gym sangatlah mudah. Didapat pula dimensi yang paling rendah dari variabel Kualitas Pelayanan yaitu dimensi empati (*empathy*).
- Kepuasan Pelanggan yang diberikan oleh Galby Gym Jl.Peta Bandung termasuk dalam kategori baik dengan persentase tanggapan responden sebesar 78%. Hal ini dapat dilihat dari pelayanan yang telah diberikan oleh pihak manajemen galby gym berupa paket layanan tambahan seperti adanya tempat

mandi dan air minum gratis sehingga pelanggan yang berlatih dapat merasakan rasa puas atas pelayanan yang diberikan manajemen.

3. Loyalitas Pelanggan yang diberikan oleh Galby Gym Jl.Peta Bandung termasuk dalam kategori baik dengan persentase tanggapan responden sebesar 80%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan tetap menggunakan jasa yang diberikan dan merekomendasi kepada orang lain atau kerabat untuk berlatih di Galby Gym Jl.Peta Bandung.
4. Dari hasil analisis dan pengolahan data dapat diketahui bahwa besar pengaruh dari variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Galby Gym Jl.Peta Bandung adalah sebesar 73,44%, sedangkan pengaruh dari variabel lain sebesar 26,56%. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap Kepuasan Pelanggan.
5. Dari hasil analisis dan pengolahan data dapat diketahui bahwa besar pengaruh dari variabel Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Galby Gym Jl.Peta Bandung adalah sebesar 81,72%, sedangkan pengaruh dari variabel lain sebesar 18,28%. Variabel Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap Loyalitas Pelanggan.
6. Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X) mempunyai hubungan yang cukup kuat terhadap Loyalitas Pelanggan (Z) sebesar 56,85% tetapi tidak mempunyai signifikansi atas koefisien jalur antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dikarenakan mempunyai nilai koefisien jalur sebesar -0,230 dengan thitung -4,124. Sehingga, hasil pengolahan dan analisis data yang telah dilakukan sebelumnya, menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sehingga variabel Kepuasan Pelanggan dapat meningkatkan pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis mencoba untuk memberikan saran kepada perusahaan sebagai berikut:

1. Perusahaan harus mampu mempertahankan dimensi yang sudah baik dan meningkatkan dimensi yang kurang seperti dimensi bukti fisik (tangible) yang terdapat pernyataan mengenai fasilitas loker, ruang ganti, kamar mandi, dan kemutakhiran alat latihan yang masih perlu diperbaiki dan hanya masuk antara persentase 53% sampai dengan 68%.
2. Perusahaan harus mampu meningkatkan dimensi yang kurang seperti dimensi empati (*empathy*) dengan memberikan pemahaman secara khusus bagi karyawan untuk dapat memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan dan memberikan layanan konsultasi kepada pelanggan atas apa yang diinginkan atau dibutuhkan pelanggan Galby Gym Jl.Peta Bandung.
3. Perusahaan perlu mempertahankan Kepuasan Pelanggan Galby Gym Jl.Peta Bandung sehingga pelanggan yang sudah berlatih di Galby Gym dapat merekomendasi kepada pihak lain dan menarik pelanggan lebih banyak lagi dan menikmati jasa yang ditawarkan oleh manajemen Galby Gym Jl.Peta Bandung.
4. Perusahaan perlu memperhatikan dan meningkatkan pelanggan yang loyal di Galby Gym Jl.Peta Bandung agar tetap berlatih dan tidak melakukan peralihan tempat latihan. Hal tersebut dikarenakan pelanggan yang loyal adalah aset berharga bagi keberlangsungan usaha suatu perusahaan.
5. Perusahaan harus tetap memperhatikan variabel Kualitas Pelayanan yang diharapkan dapat menciptakan Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan yang tinggi terhadap Galby Gym Jl.Peta Bandung. Sebagai contoh dari aspek fasilitas yang diberikan dan karyawan yang memberikan perhatian kepada pelanggan perlu diperbaiki.
6. Perusahaan perlu mempertahankan kepuasan pelanggan dengan cara memberikan diferensifikasi produk atau jasa ditempat latihan tersebut sehingga memunculkan pengalaman baru bagi pelanggan Galby Gym.
7. Perusahaan perlu mengkaji pelayanan yang telah diberikan oleh manajemennya sehingga dapat diketahui seberapa besar tingkat loyalitas pelanggan yang ada di tempat latihan tanpa melihat kepuasan pelanggan Galby Gym.

5.2.2 Bagi Peneliti

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis memberikan saran kepada peneliti untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan adanya penelitian mengenai aspek pemasaran jasa lainnya seperti *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) atau CRM (*Customer Relationship Management*) dan lainnya untuk lebih mengetahui faktor lain diluar Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan dari perusahaan jasa Galby Gym Jl.Peta Bandung.
2. Bagi penulis selanjutnya dapat meneliti dengan sampel yang lebih banyak sehingga dapat memberikan penelitian yang lebih representatif.

Daftar Pustaka:

- AB, Robert., & Cindy Prishila Wowor (2012). *The Influence of Service quality on Costumer satisfaction and Service (Empirical Study at Celebrity Fitness Jakarta)*. *Journal of Business Strategy and Execution*, 3(2), 154-175.
- Alma, Buchari (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa (Cet.10)*. Bandung : Alfabeta.
- Ardiana, Riszky (2012). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Speedy di Kota Cimahi Tahun 2011*. Skripsi Institut Manajemen Telkom.
- Aryani, Dwi., & Febrina Rosinta (2010). *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Mei-Agustus 2010, hlm. 114-126 ISSN 0854-3844.
- Daryanto (2011). *Manajemen Pemasaran : Sari KuLiah, (Cet.1)*. Bandung : Satu Nusa.
- El-Refae, Basheer Abbas Al-Alak Ghaleb Awad (2012). *The Relationships between Service Quality, Satisfaction, and Behavioral Intentions of Malaysian Spa Center Customers*. *International Journal of Business and Social Science Vol.3 No.1; January 2012*.
- Ginting, Nembah F.Hartimbul (2011). *Manajemen Pemasaran (Cet.1)*. Bandung : Yrama Widya.
- Hardiyati, Ratih (2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran*. Skripsi Universitas Diponegoro Semarang.
- Hsueh, Yao-Shun., & Jau-Ming Su (2013). *The Relationship among Service Quality and Satisfaction of Costumer in Fitness Centers Located in Southern Taiwan*. *Life Science Journal* 2013;10 (4).
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller (2008). *Manajemen Pemasaran (Ed.13)*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran (Ed.12)*. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa (Ed.3)*. Jakarta : Salemba Empat.
- Musfiqon (2012). *Panduan Lengkap Metodeologi Penelitian Pendidikan (Cet.1)*. Jakarta : Prestasi Pustaka.
- Noor, Juliansyah (2012). *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, Karya Ilmiah (Cet.1)*. Jakarta : Prenada Media.
- Payne, Adrian (2000). *The Essense of Service Marketing Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : ANDI.
- Purnamasari, Ynry., & Putu Nina Madiawati (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Loyalitas Konsumen Di McDonald's Cabang Cibubur, Jakarta*. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis Vol 1 No. 2 Tahun 2014*
- Rahmati, Tahereh., & Habib Honari (2013). *Analysis of Relationship among Service Quality, Members' Satisfaction and Loyalty in Aerobis Clubs*. *International Journal of Academic Research in Business and Social Science March 2013, Vol.3 No.3*.

- Ratnasari, Ririn Tri., & Mastuti H.Aksa (2011). *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa, (Cet.1)*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Riduwan & Kuncoro, Engkos Achmad (2007). *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung : Alfabeta.
- Rochaety, Eti., Ratih Tresnati., & Abdul Madjid Latief (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis: dengan Aplikasi SPSS (Ed.1)*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Salamat, Neda., Abolfazi Farahani., & Fatemah Salamat (2013). *Customer satisfaction in private and public fitness clubs in north of Iran. African Journal of Business Management Vol. 7 (18), pp. 1826- 1832, 14 May 2013.*
- Sarwono, Jonathan (2012). *Path Analysis dengan SPSS: Teori, Prosedur Analisis untuk Riset Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Jakarta : Gramedia.
- Sawitri, Ni Putu., Ni Nyoman Kerti Yasa., & Abdulah Jawas. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Tegal Sari Accommodation di Ubud*. Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan Vol. 7, No. 1, Februari 2013.
- Sekaran, Uma (2011). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis (Ed.4)*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiyono (2008). *Metodologi Penelitian Bisnis (Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- _____ (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis (Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D) (Cet.18)*. Bandung : Alfabeta.
- Sunyoto, Danang (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Konsep Strategi, dan Kasus (Cet.1)*. Yogyakarta : CAPS.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra Gregorius (2005). *Service Quality and Satisfaction*. Yogyakarta : ANDI
- Tjiptono, Fandy (2008). *Pemasaran Strategik (Ed.1)*. Yogyakarta : ANDI.
- _____ (2012). *Pemasaran Strategik (Ed.2)*. Yogyakarta : ANDI.
- Wendha, A.A Ayu Atika Paramitha., I Ketut Rahyuda., & I. Gst. A. Kt. G. Suasana (2103) *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Garuda Indonesia di Denpasar*. Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan Vol. 7, No.1, Februari 2013.
- Wijaya, Elika Meike (2011). *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen, dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening*. Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Wulansary, Noni (2012). *Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Waroenk Laundry (Studi Pada Mahasiswa di Kawasan Yayasan Pendidikan Telkom Dayeuh Kolot Periode Maret 2012 – Juni 2012)*. Skripsi Institut Manajemen Telkom.