

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Profil Objek Penelitian

#### 1.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Yoga Nature Class merupakan sebuah kelas olahraga kebugaran yang dikenal sebagai praktik holistik di mana menggabungkan aspek fisik, mental, dan spiritual dalam rangkaiannya. Yoga Nature Class berada di bawah kepemilikan Sanggar Senam Vinisa oleh Sarah sejak tahun 2015 yang berlokasi di Podomoro Park Bandung, Jl. Raya Bojongsoang No. 154, Kabupaten Bandung. Pada awal berdirinya Sanggar Senam Vinisa berasal dari hobi sang pemilik yakni Sarah Salsabila seorang alumni dari Universitas Telkom jurusan *Digital Public Relations* tahun 2017 yang memiliki kegemaran di serangkaian kegiatan olahraga seperti senam dan zumba. Ketika lulus beliau menekuni hobi olahraganya tersebut, kemudian membuka kelas olahraga dan seni untuk masyarakat yang bernama Sanggar Senam Vinisa. Saat itu, sanggar ini hanya berfokus pada penyelenggaraan kelas senam aerobik dan zumba. Dengan antusiasme yang besar dari masyarakat, Sanggar Senam Vinisa berkembang menjadi salah satu pusat kebugaran yang diminati di Bandung.



*Gambar 1.1 Logo Perusahaan*

Sumber: Pemilik Sanggar Senam Vinisa, 2024

Namun, pada saat itu Sarah belum membuka program kelas yoga sebab di tahun tersebut tren yoga belum dikenal oleh masyarakat Indonesia. Hingga terjadinya Pandemi COVID-19 seperti banyak usaha lainnya, sanggar ini juga terkena dampak pandemi sehingga terpaksa tutup sementara selama hampir tiga tahun sebab segala bentuk aktivitas luar yang berpotensi adanya interaksi antar satu sama lain sangat dibatasi. Sarah sendiri pun mengalihkan aktivitas olahraganya secara daring menggunakan video-video di Youtube sebagai referensi mengisi kegiatan dengan berolahraga selama pandemi. Pada saat itu pula sedang tren di

Youtube *fitness community* mulai tumbuhnya beragam video praktik olahraga yang disebut *home-workout* seperti zumba, pilates hingga yoga.

Setelah masa pandemi dimana aktivitas masyarakat mulai melonggar, Yoga yang saat itu masih menjadi tren di Indonesia, Sarah sang pemilik Sanggar Senam Vinisa melihat itu sebagai potensi sebagai daya tarik minat masyarakat untuk kembali berolahraga. Sanggar Senam Vinisa perlahan dibuka kembali dengan memperbarui fokusnya pada penyelenggaraan kelas olahraga, khususnya yoga yang bernama “Yoga Nature Class” sejak tahun 2023. Kini Yoga Nature Class menjadi kelas yang paling diminati oleh pelanggan Sanggar Senam Vinisa bahkan masyarakat sekitar Bandung.

Sanggar Senam Vinisa menerapkan salah satu daya tarik yaitu mengadakan kelas yoga di ruangan terbuka yang berlokasi di Podomoro Park Bandung. Podomoro Park Bandung merupakan sebuah kawasan perumahan elit milik Agung Podomoro Land yang berlokasi di Kabupaten Bandung. Kawasan ini masih dalam proses pengembangan sehingga Sarah pun melihat potensi untuk mengadakan kelas yoganya di lingkungan eksklusif seperti Podomoro untuk mendukung promosi kelas yoganya. Pihak Podomoro Park menyetujui proposal Sarah untuk menyewa dua lokasi fasilitas umum milik Podomoro Park kepada Sanggar Senam Vinisa yaitu di Area Pavilion Podomoro Park dan Podomoro Park Majestic Lake. Kemudian, terjadinya kerja sama bisnis antara Sanggar Senam Vinisa dan Podomoro Park Bandung dimana kedua belah pihak saling mendapatkan keuntungan melalui *exposure* dari pemasaran program yoga ini di akun media sosial Sanggar Senam Vinisa yang juga secara tidak langsung mempromosikan Podomoro Park Bandung.



**Gambar 1. 2 Sanggar Senam Vinisa Kolaborasi Podomoro Park**

Sumber: Pemilik Sanggar Senam Vinisa, 2024

Kelas Yoga Nature Podomoro ini memiliki harga yang sangat terjangkau yaitu hanya Rp35.000 per sesi. Alasan Sarah selaku penyelenggara kelas Yoga Nature Class mematok harga yang sangat murah daripada pesaingnya, beliau berharap bahwa kelas yoga ini dapat diikuti oleh berbagai kalangan masyarakat di Bandung. Yoga Nature Class bertujuan tidak hanya untuk menjaga kesehatan dan kebugaran fisik, namun juga peserta dapat memanfaatkan program ini

untuk saling berinteraksi sosial setelah masa isolasi. Serta diharapkan dapat memunculkan rasa kekeluargaan antar peserta dan saling memotivasi satu sama lain untuk berolahraga demi kesehatan. Sarah ingin terus mendukung masyarakat sekitar Bandung untuk terus berolahraga dan terhubung secara sosial melalui komunitas yoga ini.

### 1.1.2 Visi dan Misi

#### Visi

Memberikan layanan kebugaran berkualitas yang mudah diakses oleh masyarakat.

#### Misi

Menciptakan komunitas yang harmonis dan penuh interaksi sosial melalui kelas olahraga.



**Gambar 1. 3 Dokumentasi Pelaksanaan Yoga di Yoga Nature Class Podomoro**

Sumber: Dokumentasi Asli Peneliti, 2024

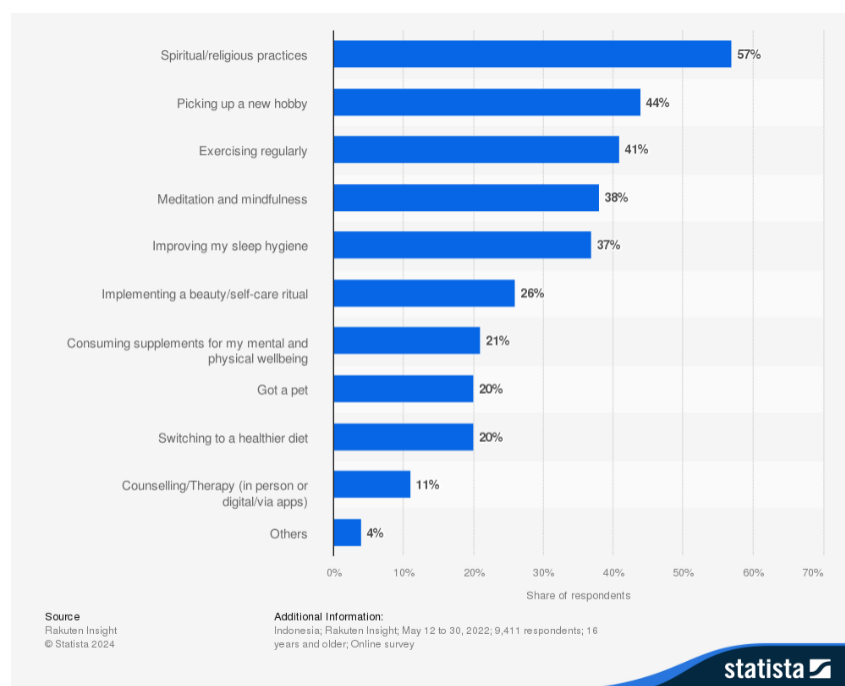
## 1.2 Latar Belakang

Setelah masa pandemi, masyarakat mulai sadar akan pentingnya menjaga kesehatan. Masyarakat kini percaya bahwa memiliki tubuh yang sehat merupakan investasi jangka panjang. Dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, sehat adalah kondisi optimal seseorang baik secara fisik, mental, spiritual, dan sosial yang memungkinkan seseorang untuk hidup produktif baik secara sosial maupun ekonomi. Seiring perkembangan zaman, manusia sadar bahwa kualitas hidup dapat dipengaruhi oleh pola hidup yang diterapkan oleh dirinya sendiri. Sehingga penting memiliki gaya hidup sehat yang dapat dicapai dengan menerapkan kebiasaan baik ke dalam kehidupan sehari-hari.

Perubahan pola hidup pada masyarakat ini menimbulkan sebuah tren gaya hidup sehat. Menurut Rafi & Hasibuan (2024), gaya hidup adalah serangkaian perilaku seseorang yang dilakukan secara sadar maupun tidak sadar, baik positif atau negatif dimana secara langsung berdampak pada kesehatan tergantung pada pilihan perilaku seseorang tersebut. Oleh karena itu, pentingnya melakukan penerapan gaya hidup yang dapat meningkatkan kesehatan dalam menjaga tubuh baik kesehatan secara fisik maupun mental. Terdapat tiga dimensi gaya hidup

yang berpengaruh signifikan terkait meningkatkan kesehatan setelah pandemi yaitu olahraga, aktualisasi diri, dan manajemen stress (Ke & Chen, 2022).

Menurut Suyatmin *et al.* (2018), menanamkan kebiasaan hidup sehat bermanfaat untuk menjaga dan meningkatkan kesehatan, mencegah tubuh dari berbagai macam penyakit, serta berpartisipasi dalam meningkatkan kualitas hidup. Diperlukan upaya yang dilakukan jika ingin memiliki tubuh yang sehat yaitu menerapkan pola hidup sehat ke dalam kehidupan sehari-hari. Pola hidup sehat yang dimaksud seperti mengonsumsi makanan dan minuman bergizi, menjaga lingkungan sekitar tetap bersih, tidur dan istirahat yang cukup, dan rutin melakukan aktivitas fisik (Atmaja *et al.*, 2021). Berikut peneliti menemukan beragam aktivitas yang merujuk kepada pola gaya hidup sehat di masyarakat Indonesia.



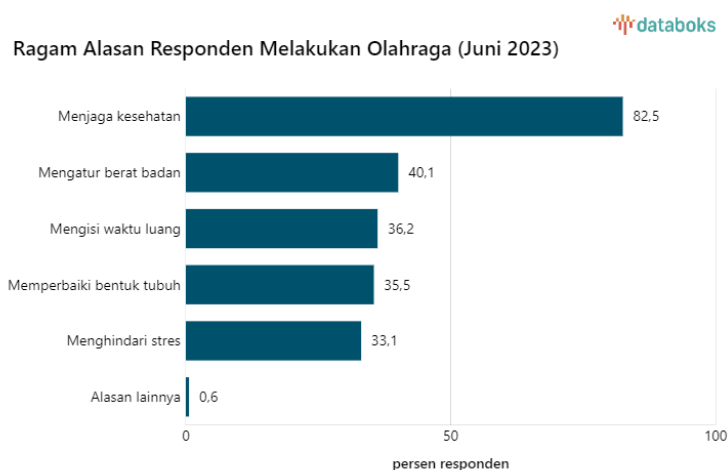
**Gambar 1. 4 Data Kebiasaan Masyarakat Indonesia dalam Upaya Menjaga Kesehatan**

Sumber: Rakuten Insight; Statista, 2022

Berdasarkan hasil survei oleh Rakuten Insight tahun 2022 mengenai beragam tindakan, pendekatan atau kebiasaan masyarakat Indonesia dalam beberapa tahun terakhir dalam upaya menjaga kesehatan dan meningkatkan kesehatan mental. Survei dilaksanakan terhadap 9.411 responden sehingga diperoleh hasil data sebagai berikut. Sebanyak 57% responden memilih “Beribadah” atau “Kegiatan keagamaan” bentuk upaya dalam menganggulangi kesehatan dan mental mereka. Lalu, diikuti oleh sebanyak 44% responden memilih “Mencari hobi baru” dan 41% “Rutin berolahraga” termasuk ke dalam tiga pilihan teratas. Selanjutnya, sebanyak 38% responden memilih “Meditasi untuk kesejahteraan emosional mereka”, dan sebanyak 37%

responden memilih “Ingin meningkatkan kualitas tidur”. Kemudian, sisanya memilih aktivitas seperti mulai perawatan diri, mengkonsumsi suplemen untuk kesehatan mental dan fisiknya, mengadopsi hewan peliharaan, melakukan program diet sehat, dan melakukan konseling atau terapi melalui aplikasi digital.

Dalam hal ini, hasil data menunjukkan bahwa dalam beberapa tahun terakhir masyarakat melakukan beragam upaya dalam menjaga kesehatan mereka baik fisik dan mental yang sebenarnya merupakan refleksi dari kebiasaan masyarakat Indonesia. Berolahraga telah menjadi bagian dari rutinitas harian masyarakat, baik di kota besar maupun di daerah. Komunitas olahraga setempat seringkali mengadakan acara olahraga yang diselenggarakan secara rutin semakin menarik minat masyarakat untuk produktif. Dalam diri setiap individu pasti menyimpan berbagai macam alasan mereka untuk berolahraga. Namun, yang pasti tren olahraga menunjukkan perubahan positif pada pola hidup masyarakat Indonesia. Berikut peneliti menemukan data survei terkait beragam alasan melakukan olahraga yang sangat umum ditemukan di tengah masyarakat.



**Gambar 1. 5 Data Ragam Alasan Melakukan Olahraga**

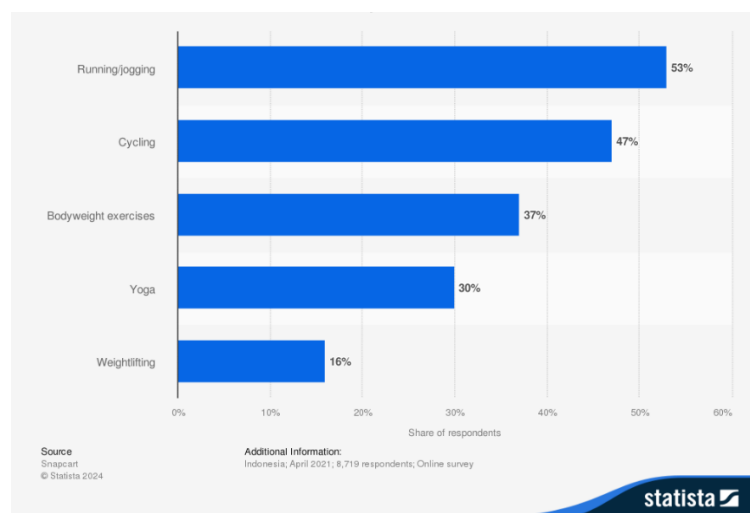
Sumber: Kurios; Katadata Insight center (KIC), 2023

Berdasarkan hasil survei Kurios-Katadata Insight Center (KIC) tahun 2023 telah dilaksanakan survei terhadap 875 responden yang tersebar di seluruh Indonesia, dengan perbandingan 52,1% responden laki-laki dan 47,9% perempuan. Diperoleh hasil data sebagai berikut, responden memilih alasan “Berolahraga untuk menjaga kesehatan” sebagai pilihan tertinggi alasan mereka berolahraga sebesar 82,5%. Kelompok yang berolahraga karena alasan tersebut sebagian besarnya laki-laki dengan proporsi 84,6%, sedangkan Perempuan 80,2%. Selain itu, terdapat 40,1% dari total responden yang memilih “Berolahraga untuk mengatur berat badan, dan 36,2% responden yang memilih “Berolahraga untuk mengisi waktu luang”.

Kemudian, 35,5% responden melakukan aktivitas “Berolahraga untuk memperbaiki fisik atau bentuk tubuh, dan 33,1% responden memilih “Berolahraga untuk menghindari stress”. Sisanya, terdapat 0,6% responden memiliki alasan-alasan lainnya, seperti hobi dan pekerjaan.

Sudah sejak lama olahraga menjadi salah satu budaya di masyarakat bertujuan untuk menjaga kesehatan. World Health Organization (WHO, 2024) menghimbau masyarakat di seluruh dunia untuk melakukan aktifitas fisik rutin yaitu dengan berolahraga yang disesuaikan dengan berbagai kelompok usia dan kondisi kesehatan. Olahraga ini mencakup latihan aerobik, latihan otot, dan latihan fleksibilitas dan keseimbangan. Tidak hanya memiliki tubuh dengan fisik yang bugar, namun dengan berolahraga seseorang juga dapat memiliki mental yang stabil, mengurangi risiko penyakit kronis, serta memiliki postur tubuh yang ideal.

Seiring meningkatnya kesadaran akan kesehatan munculnya tren gaya hidup sehat di kalangan masyarakat. Menurut Krismonica *et al.* (2021) gaya hidup sehat merupakan suatu cara individu berperilaku dan berpenampilan yang diatur oleh standar kesehatan tertentu, seperti mengkonsumsi makanan dan minuman sehat, aktif latihan fisik atau berolahraga, dan meninggalkan kebiasaan buruk dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Irawan *et al.* (2021) jika tidak memiliki kebiasaan aktif atau jarang berolahraga meningkatkan risiko terserang berbagai macam penyakit. Namun, di zaman modern ini fasilitas olahraga atau pusat *wellness* di Indonesia sudah semakin maju disertai teknologi informasi yang kerap menyuarakan pentingnya hidup sehat mendorong masyarakat untuk rajin berolahraga. Tidak hanya itu, dampak globalisasi tren olahraga ini memunculkan beragam jenis olahraga baru di Indonesia seperti yoga, pilates, dan sebagainya. Berikut adalah jenis-jenis olahraga yang populer beberapa tahun ini di Indonesia.



**Gambar 1. 6 Data Jenis Olahraga Terpopuler di Indonesia**

Sumber: Statista, 2021

Berdasarkan hasil survei di Statista tahun 2023, yoga menjadi salah satu olahraga yang populer di masyarakat Indonesia dengan meraih presentasi 30% dari responden. Meski begitu, yoga masih kalah populer diantara jenis olahraga lainnya, seperti lari atau *jogging*, bersepeda, dan latihan beban. Meskipun yoga tidak sepopuler olahraga lainnya, tetapi memiliki prospek pasar yang menjanjikan melihat cukup tinggi nilai yang diperoleh berdasarkan survei di atas.

Terdapat beberapa faktor mengapa yoga masih kurang dikenal masyarakat, salah satunya adalah karena di beberapa daerah masih minim akses ke sarana dan prasarana yang menyediakan kelas yoga, baik dari segi tempat maupun ketersediaan instruktur yang berpengalaman. Hal inilah yang menjadi penyebab eksistensi yoga belum dikenal masyarakat secara luas. Selaras dengan pernyataan Gunawan *et al.* (2021) dimana di suatu daerah atau lingkungan sangat memiliki sarana dan prasarana olahraga selain untuk mendukung perilaku hidup sehat, tetapi juga dapat mendorong motivasi masyarakat untuk berolahraga (Gunawan *et al.*, 2021).

Saat ini olahraga tidak hanya sebatas untuk perlombaan dan mendapatkan medali, tidak lagi untuk saling adu kekuatan, dan juga tidak hanya sebatas pencapaian prestasi (Toyib *et al.*, 2023). Olahraga adalah sebagai sarana untuk menciptakan dan mengembangkan pribadi seseorang menjadi sumber daya manusia yang berkualitas dari segi kesehatan fisik, mental, sosial, dan emosional. Sejalan dengan konsep yoga yang tidak memiliki unsur kompetisi didalamnya sehingga cocok bagi individu yang ingin fokus berolahraga atas kesadaran kesehatan. Meskipun yoga masih sedikit peminat, ini menjadi peluang pasar yang bagus dengan dipromosikan sebagai olahraga yang tidak hanya menyehatkan tubuh namun juga dapat mengurangi stress. Selain itu, yoga juga dapat dijadikan kegiatan untuk mengisi waktu luang dalam bentuk partisipasi masyarakat menjadi bagian dari aktivitas sosial.

Aktivitas sosial dapat terjadi di komunitas olahraga bertujuan untuk menumbuhkan motivasi dalam benak masyarakat atau khususnya penggemar olahraga tertentu. Menurut Krismonica & Suminar (2021) seiring mengikuti perkembangan zaman, masyarakat cenderung terlibat dalam suatu perkumpulan yang terjadi karena adanya ikatan sukarela dari dalam diri individu tersebut. Salah satu perkumpulan itu adalah komunitas yoga sebagai salah satu pilihan masyarakat dalam mendukung gaya hidup mereka. Komunitas yoga itu sendiri tercipta karena adanya perkumpulan dimana anggotanya merasakan manfaat dan nilai lebih dari yoga itu sendiri. Maka, terbentuklah komunitas yoga atas dasar kemauan pada diri setiap anggota menjadikan yoga sebagai sarana bersosialisasi.

Terciptanya komunitas yang ideal, maka dibutuhkan sarana dan prasarana yang mendukung. Studio yoga saat ini sangat didambakan oleh peminatnya sebab peserta ingin

mendapatkan pengalaman olahraga yang tidak bisa didapatkan di rumah. Berdasarkan *Global Yoga Market Share Report (2023)*, Studio yoga yang ideal adalah memberikan pelayanan berupa fasilitas yang dibangun khusus sesuai preferensi pelanggan agar bisa menumbuhkan rasa kenyamanan dan kebersamaan, bebas dari segala gangguan, dan meraih motivasi untuk hidup sehat. Selain itu, setiap studio yoga tentu menyediakan instruktur yoga yang berpengalaman dan bersertifikat untuk memastikan para pelanggan mendapatkan bimbingan langsung dari para profesional dan memastikan latihan yang diberikan aman dan tepat sasaran.

Tidak bisa dipungkiri munculnya *trend* yoga beriringan dengan kemajuan pola pikir masyarakat modern. Menjadikan olahraga ini sebagai perwujudan gaya hidup baik dari segi aspek kesehatan maupun status sosial seseorang. Hal ini mendorong pertumbuhan pasar yoga di kota-kota besar seperti Bandung. Bandung merupakan salah satu kota besar yang dikenal sebagai kota wisata dan budaya kreatif serta memiliki lingkungan alam yang asri dan sejuk. Bandung populer dengan gaya hidup masyarakat yang semakin maju serta pandangan akan pentingnya kesehatan semakin meningkat. Pertumbuhan pasar yoga ini berkaitan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan, jika masyarakat Bandung mengadopsi yoga sebagai bagian dalam serangkaian olahraga mereka tentu akan semakin mendorong munculnya studio yoga.

Dalam beberapa tahun terakhir, pertumbuhan studio yoga di Bandung mengalami peningkatan. Dilansir dari artikel IDN Times, studio yoga yang saat ini masih aktif dan populer di Bandung di antaranya Studio Strava, Amity Studio, Danta Yoga Studio, Amora Yoga Studio, dan Svarga E-motion Sanctuary (IDN Times, 2024). Studio-studio yoga ini memiliki layanan dan ciri khas masing-masing. Hal ini dapat terlihat pertumbuhan studio yoga di Kota Bandung mengalami peningkatan signifikan di mana menunjukkan lokasi di kota ini sangat mendukung industri *wellness*. Selain itu, minat masyarakat pada olahraga yoga bersamaan dengan kesadaran akan pentingnya kesehatan dan aktivitas bermanfaat yang mengisi waktu luang.

Fenomena seperti ini yang mendorong terjadinya minat beli ulang terhadap studio atau kelas yoga di suatu tempat semakin meningkat. Menurut Kotler dan Keller (2016), minat beli merujuk pada keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang di masa mendatang (Putritamara *et al.*, 2024). Menurut Wardhana (2024), keputusan minat beli ulang dapat menjadi tolak ukur pelanggan untuk membeli suatu produk atau jasa. Ketika semakin bagus pengalaman yang dimiliki pada pembelian sebelumnya, maka semakin tinggi keinginan konsumen untuk kembali membeli produk tersebut. Keputusan minat beli ulang akan muncul ketika adanya kepuasan dalam diri pelanggan setelah melakukan pembelian barang atau jasa,



sehingga mereka akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk melakukan pembelian ulang.

Diperlukan upaya perusahaan dalam menarik pelanggan untuk melakukan keputusan pembelian ulang, seperti memperhatikan dari segi kualitas pelayanan yang diberikan hingga menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut Ellitan *et al.* (2023) kepuasan pelanggan adalah tentang perasaan seseorang setelah melakukan pembelian. Dalam menciptakan kepuasan pada pelanggan, perusahaan harus mampu memberikan pengalaman yang dapat menghasilkan *output* positif dari pelanggannya. *Output* tersebut dapat berupa perasaan senang, puas, maupun kecewa yang berasal dari tindakan konsumen saat membandingkan hasil produk atau kinerja yang diberikan sesuai dengan harapan mereka. Perusahaan harus fokus dalam meningkatkan kepuasan pelanggan karena semakin tinggi tingkat kepuasan yang diterima, maka berpotensi akan terjadinya minat beli ulang pada pelanggan serta meningkatkan keuntungan bagi perusahaan.

Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Dalam hasil penelitian oleh Rehman *et al.* (2020) diketahui bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang memicu adanya minat beli ulang oleh pelanggan. Kualitas pelayanan berperan penting dalam proses pembelian, siklus ini diawali pada terjadinya keputusan pembelian, transaksi pembelian, kepuasan pelanggan, hingga terjadinya minat beli kembali suatu barang atau jasa. Sangat penting bagi perusahaan untuk mempertahankan pelanggan yang telah lama membeli dan mengkonsumsi produk mereka di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

Dampak keberadaan pasar yoga di Bandung ini akan mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap keputusan mereka dalam berkunjung kembali untuk mendapatkan pengalaman yang mereka inginkan. Persaingan antar usaha pasti terjadi dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan sarana dan prasarana yang terbaik, perkembangan inovasi alat, dan meningkatkan kualitas pelayanan (Hidayat, 2017). Dalam bisnis studio yoga, kualitas pelayanan menjadi tolak ukur pertimbangan pelanggan untuk melakukan *repurchase intention* atau minat beli ulang terkait pelayanan yang diberikan studio yoga tersebut.

Menurut Soeharso (2024) diharapkan setiap perusahaan atau pelaku bisnis mengikuti *trend* yang sedang berkembang di masyarakat, serta menjaga hubungan dengan pelanggan melalui pelayanan yang berkualitas. Pada umumnya, faktor-faktor yang menjadi pertimbangan pelanggan berkaitan dengan kualitas fasilitas yang disediakan studio yoga, seperti kebersihan tempat, peralatan yang lengkap dan modern, instruktur yang kompeten, atau pelayanan yang baik dan ramah. Tentu masing-masing studio yoga memiliki ciri khasnya tersendiri dalam

menarik minat pelanggan mereka, dan pelanggan pun juga memiliki preferensi khusus terkait kriteria studio yoga yang dapat memenuhi kepuasan mereka.

Salah satu studio yoga yang sedang berkembang di Bandung adalah Yoga Nature Class Podomoro yang diselenggarakan oleh Sanggar Senam Vinisa berlokasi di Kawasan Perumahan Podomoro Park Bandung. Yoga Nature Podomoro merupakan salah satu kelas kebugaran di Senam Sanggar Vinisa yang diselenggarakan sejak tahun 2023. Berbeda dari yang lain, Yoga Nature Podomoro dilaksanakan di ruangan terbuka dimana para peserta melakukan yoga di taman dengan pemandangan yang indah. Umumnya, studio yoga di kota besar memasang harga yang lumayan mahal, namun Yoga Nature Podomoro hanya mematok harga Rp35.000 per sesinya dengan membatasi kuota untuk 35 orang dalam setiap kelasnya. Selain bentuk dari strategi *marketing*, Sarah sang pemilik sekaligus penyelenggara Yoga Nature Class Podomoro bercita-cita dengan mendirikan kelas yoga dengan harga murah supaya mereka dapat menjangkau segmentasi pasar dari berbagai kalangan, mulai dari anak muda, dewasa, hingga orang tua terutama, terutama bagi kalangan kelas menengah ke bawah untuk semangat berolahraga serta mendapatkan pengalaman berolahraga yang berbeda dalam kelas yoga ini dengan harga yang terjangkau.

Peneliti memutuskan untuk melakukan pra survei dengan menyebarkan pernyataan-pernyataan dasar mengenai pengalaman peserta pada Yoga Nature Class Podomoro. Peneliti menggunakan *Google Form* sebagai media pra survei untuk mengumpulkan informasi, kemudian disebarikan kepada 45 orang yang pernah mengikuti kelas Yoga Nature Class Podomoro. Data diperoleh sebagai berikut.

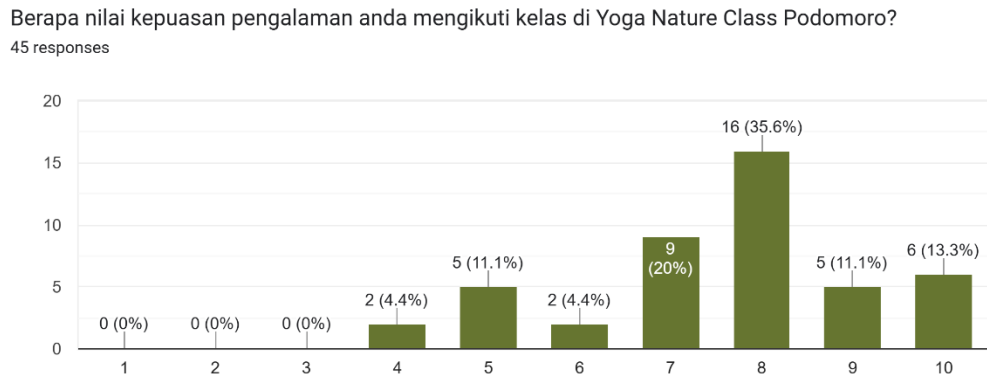


**Gambar 1. 7 Data Hasil Pra Survei Minat Beli Ulang**

Sumber: Data yang telah diolah peneliti, 2024

Pada gambar 1.7 telah didapatkan sebagian besar 28 atau 62.2% responden cenderung ragu-ragu untuk melakukan pembelian ulang di Yoga Nature Class Podomoro. Lalu, hanya 1 atau

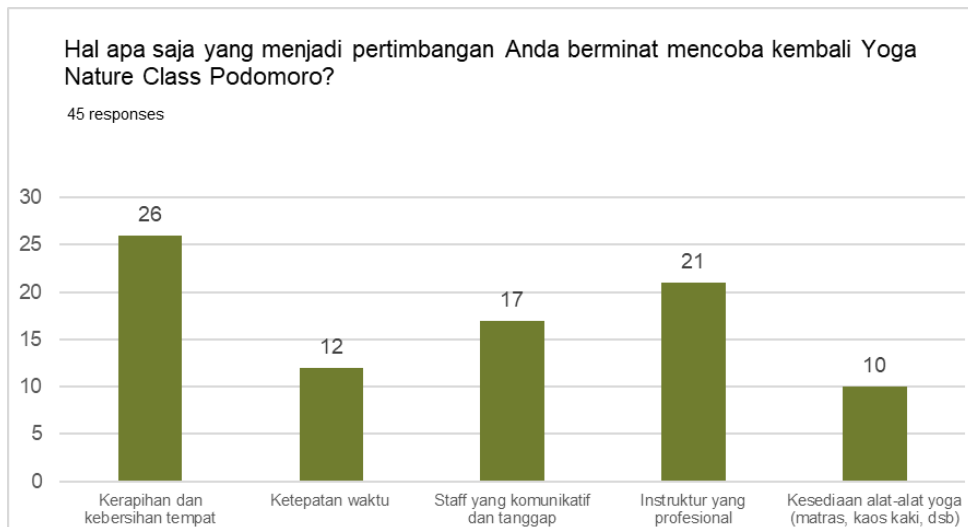
2.2% memilih untuk tidak melakukan pembelian ulang, dan sebanyak 16 atau 35.6% responden memutuskan untuk melakukan pembelian ulang. Dari data ini, tampaknya terdapat keraguan dalam mempertimbangkan untuk berkunjung kembali ke Yoga Nature Class Podomoro. Pada pertanyaan pra-survei selanjutnya akan diketahui nilai kepuasan konsumen yang berkaitan dengan minat beli ulang pelanggan pada kelas yoga.



**Gambar 1. 8 Data Hasil Pra Survei Kepuasan Pelanggan**

Sumber: Data yang telah diolah peneliti, 2024

Pada gambar 1.8 terkait kepuasan pelanggan berdasarkan pengalaman peserta saat mengikuti kelas di Yoga Nature Class Podomoro, telah didapatkan sebanyak 16 atau 35.6% responden memberi skala nilai 8 yang berarti bahwa sebagian besar pelanggan merasa “puas” dengan pengalaman yoga yang diberikan oleh Yoga Nature Class Podomoro. Selanjutnya, sebanyak 6 atau 13.3% responden memberi skala nilai 10, dan 5 responden atau 11.1% memberi skala nilai 9 yang berarti sudah berada di tingkat “sangat puas”. Lalu, di tingkat “netral” atau “ragu-ragu” didapatkan sebanyak 9 atau 20% responden memberi skala nilai 7, dan 2 atau 4,4% responden memberi skala nilai 6 yang berarti mungkin adanya keraguan pada konsumen terkait kepuasan pengalaman mereka selama mengikuti kelas yoga. Kemudian, sebanyak 5 atau 11.1% responden memberi skala nilai 5, dan sebanyak 4 atau 4.4% responden memberi skala nilai 4 yang berada di tingkat “tidak puas”.



**Gambar 1. 9 Data Hasil Pra-Survei Kualitas Pelayanan**

Sumber: Data yang telah diolah peneliti, 2024

Pada gambar 1.9 terkait pertanyaan hal apa saja yang menjadi pertimbangan pelanggan ketika berminat mencoba kembali Yoga Nature Class Podomoro, diketahui bahwa faktor-faktor utama pertimbangan pelanggan berkaitan dengan kualitas pelayanan yang ditawarkan. Telah didapatkan hasil pra-survei bahwa faktor “kerapihan dan kebersihan tempat” mendapat 26 responden dan “Instruktur yang profesional” mendapat 21 responden, keduanya menjadi pertimbangan utama pelanggan untuk kembali. Lalu, faktor lainnya “Staff yang komunikatif dan tanggap” mendapat 17 responden. Alasan lainnya adalah “ketepatan waktu” mendapat 12 responden dan “Kesediaan alat-alat yoga” mendapat 10 responden.

Berdasarkan pemaparan hasil pra survei di atas, menunjukkan adanya *service gap* atau perbedaan antara kepuasan pelanggan pada pelayanan yang diberikan dan minat untuk berkunjung kembali. Pelanggan Yoga Nature Class Podomoro menunjukkan angka kepuasan yang cukup tinggi pada beberapa pelayanan seperti tempat yang bersih dan instruktur yang profesional, akan tetapi pada aspek-aspek lain masih menunjukkan kekurangan seperti ketepatan waktu dan kesediaan alat-alat. Karena inilah menimbulkan keraguan atau ketidakpuasan meski kecil namun dapat mempengaruhi minat beli kembali pelanggan di masa yang akan datang.

Dari segi fasilitas, Yoga Nature Class Podomoro mungkin tidak seperti studio yoga pada umumnya, sebab sejak awal konsep *outdoor* yoga atau yoga di ruangan terbuka dimana lokasi yang saat ini ditempati bukanlah milik pribadi, melainkan fasilitas umum milik Podomoro Park Bandung. Sehingga untuk saat ini belum memungkinkan bagi studio yoga ini menyediakan sarana berupa peralatan seperti matras, handuk, dan kaos kaki, lalu prasarana seperti ruang

ganti dan tempat penyimpanan barang. Program ini juga hanya dikelola oleh dua orang, Sarah sang pemilik dan Tiwi yang juga sebagai penyelenggara Yoga Nature Class Podomoro.

Seperti pendapat Soeharso (2024) terkait kualitas pelayanan, Yoga Nature Class Podomoro tetap berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk memenuhi harapan pelanggan mereka. Seperti merekrut instruktur yoga yang sudah berpengalaman dan bersertifikat di berbagai jenis-jenis cabang olahraga aerobik, lalu memberikan *reward* kepada para peserta yang telah rajin mengikuti kelas dan berbagai program seru lainnya.

Berdasarkan fenomena di atas penulis menyatakan perlu adanya penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang di Yoga Nature Class Podomoro melalui kepuasan pelanggan. Yoga Nature Class Podomoro sebagai objek penelitian adalah salah satu fasilitas olahraga dan kebugaran yakni yoga sebagai media latihan utama di studio ini mengingat bahwa tingkat kesadaran masyarakat di Kota Bandung akan pentingnya kesehatan semakin meningkat sehingga masyarakat mulai rajin berolahraga. Yoga merupakan salah satu olahraga yang sedang digandrungi masyarakat, penggemarnya dari segala usia dan berbagai kalangan karena merupakan olahraga yang bisa meningkatkan kebugaran dan menghindari stress. Selain itu, yoga menjadi tren hingga terbentuknya komunitas penggemar yoga di Kota Bandung. berdasarkan penjelasan pada latar belakang di atas, penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan di Yoga Nature Class Podomoro Melalui Kepuasan Pelanggan”**.

### **1.3 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Yoga Nature Class Podomoro?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang di Yoga Nature Class Podomoro?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang pelanggan di Yoga Nature Class Podomoro?
4. Bagaimana kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang pelanggan di Yoga Nature Class Podomoro?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Yoga Nature Class Podomoro.

2. Untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang di Yoga Nature Class Podomoro.
3. Untuk mengetahui hubungan kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang pelanggan Yoga Nature Class Podomoro.
4. Untuk mengetahui hubungan kepuasan pelanggan berperan sebagai variabel *intervening* pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang pelanggan di Yoga Nature Class Podomoro.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **a. Kegunaan Teoritis**

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi dan memperluas pengetahuan mengenai faktor-faktor kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap minat beli pelanggan pada layanan kelas yoga di Yoga Nature Class Podomoro.
- 2) Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya untuk dapat dikaji lebih dalam dengan Batasan yang lebih luas.

### **b. Kegunaan Praktisi**

- 1) Manfaat bagi pemilik Yoga Nature Class Podomoro  
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan positif bagi penyelenggara Yoga Nature Class Podomoro supaya dapat lebih berkembang lagi baik dari segi pelayanan maupun sarana dan prasarana.
- 2) Manfaat bagi penulis  
Dengan melakukan penelitian ini, penulis dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai studi selama berkuliah di Program Studi Administrasi Bisnis. Demikian penulis dapat menambah pengalaman selama penelitian.

## **1.6 Ruang Lingkup Penelitian**

### **a. Variabel**

Variabel independen pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan, sedangkan minat beli menjadi variabel dependen yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.

### **b. Lokasi dan Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di wilayah kota Bandung dengan objek penelitian yaitu Yoga Nature Class Podomoro.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini berjudul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pelanggan Pada Yoga Nature Class Podomoro Melalui Kepuasan Pelanggan**”. Adapun sistematika penulisan pada penelitian ini sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang Gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar analisa penelitian, penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai referensi oleh penelitim dan kerangka penelitian teoritis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, sumber-sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisa yang digunakan.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti dan analisis mengenai topik yang diteliti oleh peneliti dengan menggunakan metode penelitian yang ditetapkan sebelumnya.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, serta saran yang diperoleh dari penelitian untuk objek penelitian yang diteliti dan pihak terkait lainnya.