

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Olahraga saat ini menjadi menjadi keperluan dasar untuk setiap manusia dalam mencapai kesejahteraan hidup baik dari semua golongan, suku, ras, usia dan jenis kelamin. Segala bentuk aktivitas dalam olahraga bersifat rekreatif , diimana hal ini dapat mengontrol kondisi secara jasmani dan Rohani bahkan memiliki dampak positif seperti kebugaran dan kesegaran badan yang awalnya mengalami tekanan dampak dari rutinitas yang sangat padat (Prabowo et al., 2019). Futsal adalah olahraga yang saat ini mulai digemari oleh seluruh kalangan khususnya kalangan anak muda salah satunya di Sidoarjo. Pada saat ini olahraga futsal memberikan kebiasaan baru yang merubah kebiasaan dari berdiam diri dirumah seperti bermain game *online* dan lain sebagainya (Budiman et al., 2023) .

Olahraga futsal dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja tanpa mengenal cuaca sebab tempatnya dilakukan dalam ruangan. Tempat lapangan futsal dijadikan wadah untuk menyalurkan hobi dan bakat bagi masyarakat yang menyukai olahraga tersebut.untuk ukuran lapangan futsal lebih kecil dari lapangan sepakbola dengan jumlah pemain yang lebih sedikit (Prabowo et al., 2019).

Olahraga futsal adalah olahraga sepakbola dalam ruangan dengan intensitas tinggi, pemain yang sedikit, waktu permainan yang cepat serta momen mencetak angka lebih besar. Standar dari ukuran lapangan futsal FIFA

yaitu 15-25 M x 25-43M yang berjumlah lima pemain melawan lima pemain. Olahraga futsal adalah olahraga yang terhitung baru di Indonesia sekitar tahun 1998-1999 serta mulai marak di masyarakat tahun 2000-an. Sebagai bukti perkebangannya, futsal saat ini sudah memiliki induk nasional yang dikenal dengan Federasi Futsal Indonesia (FFI).(Sudjana, 2018).

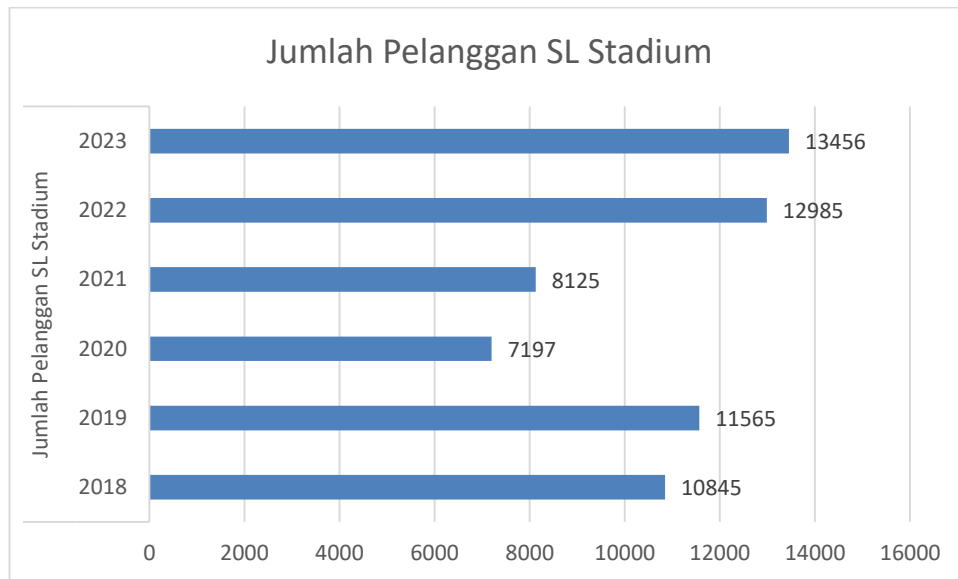
Mendirikan sebuah lapangan futsal adalah hal yang mulai dilirik sebagai dijadikan bisnis. Melirik peluang pasar yang menjanjikan, para pelaku bisnis di Sidoarjo yang mulai ikut berkontribusi di dunia olahraga khususnya cabang futsal. Futsal merupakan salah satu cabang olahraga yang sedang marak yang menjadikan para pelaku bisnis agar memaksimalkan kinerja perusahaannya untuk dapat bersaing(Darmawan & Syarif, 2023). Ketatnya persaingan pada industry jasa terkhusus jasa penyewaan lapangan futsal pada saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, saat ini sudah semakin banyaknya tempat penyewaan lapangan futsal di Sidoarjo menuntut para pelaku bisnis untuk berlomba-lomba agar dapat bersaing.

Pelaku usaha harus dituntut agar dapat berorientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama dengan meningkatkan profesionalisme agar mendapat kepercayaan masyarakat sebagai konsumen. Perusahaan harus memberikan harga yang murah, fasilitas yang memadai dan kualitas layanan serta pandangan konsumen yang lebih baik dari pesaingnya. Perkara dilakukan agar konsumen lebih tertarik pada jasa yang ditawarkan perusahaan. Apabila konsumen merasa puas tentang sesuatu tempat dari sebuah perusahaan, keadaan

yang terjadi yaitu konsumen akan selalu menyewa serta menjadi konsumen perusahaan tersebut.(Mutiara et al., 2021).

SL Stadium adalah tempat futsal yang berdiri pada tahun 2014 yang beralamatkan di Jalan Raya Suko Legok No. 14 RT. 15 RW. 24, Suko, Kecamatan Sukodono, Kabupaten Sidoarjo, tempat ini buka dari pukul 08.00-22.00 WIB. Berdasarkan pengalaman yang dialami langsung oleh peneliti ketika menyewa lapangan dan bermain futsal di SL Stadium, bahwa tempat ini memiliki fasilitas lapangan dengan standart internasional sesuai dengan ukuran regulasi internasional fifa pertama di Sidoarjo. Namun, jaring-jaring pembatas lapangan mulai ada yang robek di beberapa sudut dan tepian lapangan serta lantai lapangan yang terbongkar di tepi lapangan lalu pencahayaan lapangan dan atap yang bocor menyebabkan permasalahan yang ada di SL Stadium.

Semakin banyak tersebarnya lapangan-lapangan futsal beberapa tahun terakhir dan mudah ditemukan di setiap sudut kota di Indonesia, khususnya Sidoarjo yang dapat menimbulkan pertanda tumbuh kembangnya bisnis saat ini. Hal ini mampu dibuktikan pada data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara peneliti. Berikut merupakan data pelanggan tempat penyewaan lapangan futsal di SL Stadium. Grafik jumlah pelanggan SL Stadium dapat dilihat pada halaman 4 di lembar selanjutnya.



**Grafik 1. 1 Jumlah Pelanggan SL Stadium**

Sumber : (data olahan, 2024)

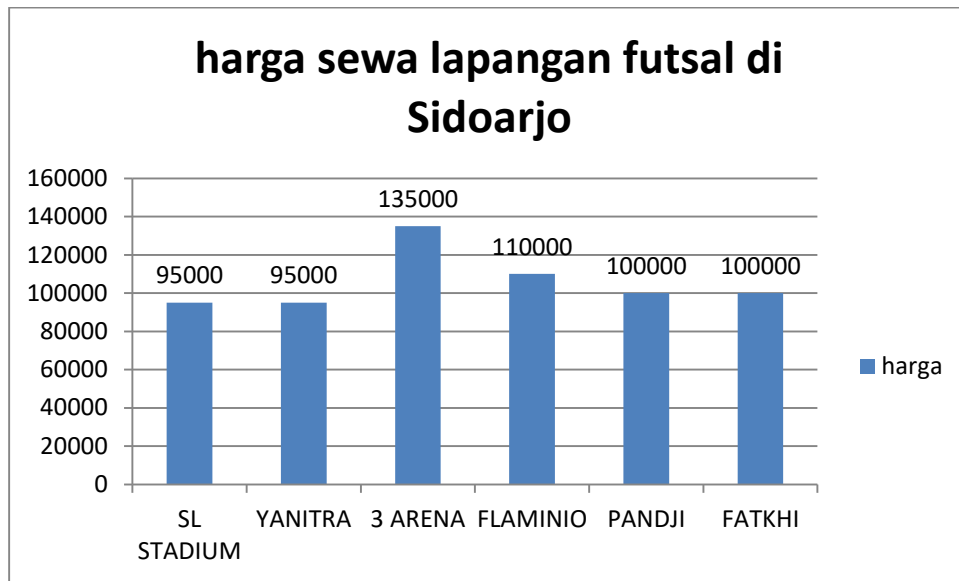
Berdasarkan grafik 1.1 diatas dijelaskan bahwa tahun 2018-2023 di SL STADIUM mengalami fluktuatif jumlah pelanggan yang dialami oleh perusahaan. Pada table diatas dijelaskan pada tahun 2020 dan 2021 tempat penyewaan lapangan futsal SL Stadium mengalami penurunan jumlah pelanggan yang disebabkan adanya pandemic covid-19 yang terjadi di Indonesia, yang menyebabkan keterbatasan masyarakat untuk melakukan aktivitas khususnya dalam berolahraga futsal yang disebabkan adanya penerapan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar).

Pada tahun 2022 jumlah pelanggan mulai meningkat yang dimana penerapan PSBB mulai dilonggarkan, sehingga kegiatan masyarakat dalam beraktivitas bisa lebih meningkat dan mobilisasi diperluas. Adanya penerapan ini membuat SL STADIUM perlahan bisa kembali seperti sebelum adanya pandemic covid-19. Pada table diatas menunjukkan data yang dimana pada tahun

2022 peningkatan jumlah pelanggan naik pesat, sehingga memberikan dampak yang positif untuk keberlangsungan perusahaan SL STADIUM.

Tempat penyewaan lapangan futsal berkembang dengan cepat. Saat ini tidak hanya lapangan sebagai arena bermain futsal saja yang dikembangkan, tetapi fasilitas pendukung di setiap lokasi tersebut juga semakin lengkap (Pratiwi et al., 2023) Pengelola tempat futsal kini mulai mengembangkan fasilitas pendukung seperti : Tribun dan wifi pada penyediaan fasilitas pendukung. Lebih lagi di beberapa tempat arena futsal, kini banyak dijumpai kafe, *money changer*, serta sarana olahraga lainnya seperti lapangan bulu tangkis.

Bisnis jasa sewa lapangan futsal mengalami eskalasi hal ini juga berimplikasi terhadap harga penyewaan lapangan membentuk salah satu faktor yang perlu di pertimbangkan dengan bijak oleh pengelola bisnis. Harga yang diberikan kepada konsumen serta pelanggan merupakan bagian dari strategi persaingan yang dipakai (Nurhidayat, M., 2022). Arena futsal di Sidoarjo memberikan fasilitas yang patut memadai dengan memberikan kelebihan tersendiri, sama halnya yang dilakukan oleh SL Stadium dengan adanya lapangan berstandart internasional yang memiliki perbedaan dengan tempat penyewaan lapangan futsal lainnya khususnya di wilayah Sidoarjo. Biaya sewa lapangan futsal perjam di wilayah Sidoarjo, dapat dilihat pada grafik harga sewa lapangan futsal pada halaman 6.



**Grafik 1. 2 Harga Sewa Lapangan Futsal di Sidoarjo**

Sumber : data olahan, 2024

Bersumber dari grafik diatas bahwa persaingan pada bisnis jasa lapangan futsal sangat bersaing pada harga yang diberikan oleh setiap jasa penyewaan lapangan futsal. Harga patut dipertimbangkan oleh pengelola untuk menjaga para konsumennya. Apabila harga yang diberikan tidak sesuai produk yang ditawarkan akan menurunkan minat konsumen. Jika harganya terlalu tinggi maka akan menurunkan minat beli masyarakat yang ingin bermain di lapangan futsal, dan jika harganya terlalu murah juga akan merugikan perusahaan.

Citra merek yaitu isi dari beberapa asosiasi merek yang ada pada benak konsumen. Citra merek merupakan tanggapan yang dinilai konsumen pada suatu merek dari segi positif dan negatif. Pada dasarnya citra merek yang positif dan negatif bisa dimengerti oleh konsumen dengan mudah, maka dari itu pengelola perlu berusaha memperbaiki, meningkatkan serta mempertahankan

citra produknya ke konsumen. Jika citra suatu merek diakui secara positif oleh konsumen, maka konsumen akan lebih mudah dalam menentukan pilihan terhadap merek tersebut. Begitu pula sebaliknya, jika suatu merek dipersepsikan negatif oleh konsumen, maka konsumen umumnya akan lebih mempertimbangkan merek tersebut. (Arianty & Andira, 2021).

Persaingan jasa penyewaan lapangan futsal sudah sangat ketat, SL Stadium sebagai salah satu arena futsal harus bisa memberikan tanggapan positif untuk konsumen terhadap *brand image* (citra merek) supaya konsumen tertarik pada merek tersebut. Pengelola SL Stadium perlu inovatif untuk menjalankan jasa penyewaan lapangan futsal dan pengelola juga perlu berfikir untuk mulai memahami kebutuhan konsumen. Maka dari itu konsumen akan tertarik untuk menyewa lapangan futsal di SL Stadium.

Disamping fasilitas yang baik, kualitas layanan juga berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan (Hafidz & Muslimah, 2023). SL Stadium juga memberikan layanan fasilitas yang cukup memadai konsumennya. Peningkatan kualitas pelayanan tentunya banyak dilaksanakan disetiap lini yang ada, jika lahan parkir, toilet, kantin, serta mushola menjadi suatu yang lumrah adanya disetiap tempat futsal. Keberadaan kafe dan lapangan bulu tangkis adalah bagian dari peningkatan kualitas pelayanan terhadap konsumen yang disajikan SL Stadium yang berbeda dengan tempat lain.

Loyalitas konsumen ialah seorang yang sering mengunjungi satu tempat secara terus menerus, parameter konsumen masuk dalam kategori loyal adalah

orang tersebut rutin melakukan pembelian dan selalu memastikan didalam transaksinya terdapat pembelian minimum. Griffin dalam (Restuningtika 2023).

Loyalitas konsumen telah menjadi salah satu faktor penting dalam berhasilnya sebuah perusahaan. Pentingnya loyalitas konsumen sangat berkesinambungan dengan keberlangsungan bisnis di masa depan. Menurut kim *et al* dalam jurnal (Restuningtika 2023) pelanggan yang loyal memiliki fanatisme terhadap suatu barang atau jasa pada sebuah perusahaan, hal ini bisa dimasukan kedalam investasi jangka panjang karena konsumen loyal tidak akan beralih ke perusahaan lain bahkan bisa mempengaruhi konsumen lain agar tertarik terhadap produk di perusahaan kita.

Pada zaman digital sekarang upaya dalam mempengaruhi pihak lain untuk tertarik pada perusahaan kita dapat dilakukan secara online atau dari jarak jauh, sudah banyak platform media sosial yang bisa digunakan sebagai sarana pemasaran.

Pelayanan adalah salah satu faktor terpenting bagi pembangunan berkelanjutan suatu perusahaan (Hakim et al., 2023). Oleh karena itu, perusahaan jasa yang bergerak di bidang jasa penyewaan lapangan futsal harus terus bekerja keras untuk mengembangkan kualitas pelayanannya agar dapat memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan, sehingga pelanggan dapat tetap setia terhadap SL Stadium. Pelanggan membentuk ekspektasinya berdasarkan pesan yang mereka terima dari penjual, orang lain, teman, dan sumber informasi lainnya. Jika penjual memberikan produk secara berlebihan dan pelanggan tidak dapat dipuaskan menyebabkan kegelisahan kepada pelanggan.



Kualitas pelayanan bukan menjadi tolak ukur penentu kualitas guna mendatangkan pelanggan. Preferensi pelanggan dalam memilih suatu jasa juga dipengaruhi oleh beberapa variabel lain, seperti harga dan citra merek. Eskalasi keinginan konsumen berimplikasi terhadap keputusan konsumen. Kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas juga merupakan faktor yang menentukan keberhasilan perusahaan jasa tersebut (Yuliaty et al., 2020).

Oleh sebab itu, perusahaan sebagai produsen harus memberikan pelayanan terbaik kepada setiap konsumen, harga terjangkau, fasilitas yang memadai, dan melakukan kegiatan pemasaran berdasarkan kebutuhan konsumen. Sebab salah satu hal yang perlu mendapat perhatian dalam dunia usaha adalah segala hal yang mendorong konsumen untuk menyewa lapangan futsal yang disediakan oleh perusahaan.(Andriyani & Ardianto, 2020).

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah digambarkan, maka peneliti menetapkan judul “**Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di SL Stadium Sidoarjo**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Pada latar belakang penelitian yang sudah dijelaskan sebelumnya maka masalah dapat dirumuskan sebagai pembatas penelitian supaya lebih terfokus. Berikut rumusan masalah yang telah ditemukan :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan SL Stadium?

2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan SL Stadium?
3. Apakah *brand image* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan SL Stadium?
4. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan SL Stadium?
5. Apakah Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan SL Stadium?
6. Apakah Brand Image berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan SL Stadium?
7. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan SL Stadium?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Dilihat dari rumusan masalah yang sudah ada, maka tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan SL Stadium
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan SL Stadium
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand image* terhadap loyalitas pelanggan di SL Stadium.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan SL Stadium.

5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan SL Stadium.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Brand Image* terhadap kepuasan pelanggan SL Stadium.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan SL Stadium

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Tujuan penelitian yang dilakukan adalah supaya penelitian dapat bermanfaat bagi pembaca secara umum dan perusahaan terkait dengan penelitian ini. Manfaat penelitian ini ada dua yaitu manfaat secara teoritis serta manfaat secara praktis, berikut penjelasannya:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Penelitian ini dapat memberikan dan menambah wawasan, pengetahuan serta ilmu baik dari segi teori ataupun praktik kepada peneliti
  - b. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian sejenis.
2. Manfaat Praktis, penulis berharap bahwa penelitian ini bisa memberikan wawasan atas hasil yang telah didapat. Khususnya, hasil penelitian dapat memberikan masukan serta referensi terhadap pihak perusahaan SL Stadium. Adanya penelitian ini juga di harapkan bisa membantu wawasan maupun referensi terkait kualitas pelayanan,

harga, *brand image* dan kepuasan pelanggan yang diberikan SL Stadium