# **BAB I**

# **PENDAHULUAN**

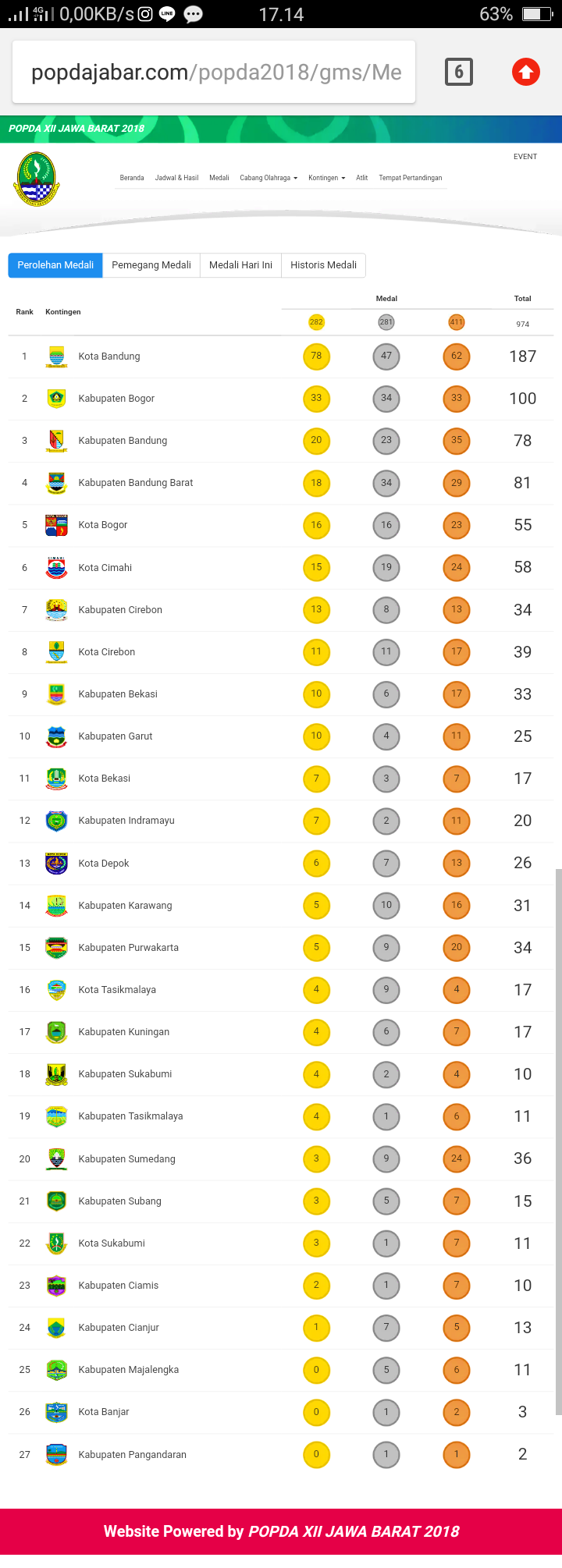
## Latar Belakang Penelitian

Olahraga merupakan suatu bentuk aktifitas fisik yang terencana dan terstruktur dimana melibatkan gerakan tubuh berulang-ulang dan ditujukan untuk meningkatkan kebugaran jasmani manusia, olahraga adalah uoaya kesehatan yang difungsikan untuk meningkatkan derajat kesehatan. Bagi sebagian orang, olahraga tidak hanya sebagai gerakan untuk mengolah kebugaran jasmani saja, olahraga ini juga bisa dijadikan sebagai hobi yang dapat menunjang prestasi dan profesi seseorang. Undang-undang no.3 tahun 2005 tentang Hak dan Kewajiban Warga Negara, Pasal 6 “Setiap warga negara mempunyai hak yang sama untuk: (a.) melakukan kegiatan olahraga, (b.) memperoleh pelayanan dalam kegiatan olahraga, (c.) memilih dan mengikuti jenis atau cabang olahraga yang sesuai dengan bakat dan minatnya, (d.) memperoleh pengarahan, dukungan, bimbingan, pembinaan dan pengembangan dalam keolahragaan, (e.) menjadi pelaku olahraga, dan (f.) mengembangkan industri olahraga.”

Kota Bandung merupakan salah satu kota yang menjadi tolak ukur dalam pembinaan atlet dalam berbagai cabang olahraga,karena kota bandung selalu mendukung dan meningkatkan prestasi sumber daya dalam bidang olahraga. Keberhasilan Kota Bandung dalam mengelola atlet berbagai cabang olahraga terbukti, hal ini dapat dilihat pada gambar 1.1 dimana Kota Bandung menempati peringkat pertama dalam perolehan medali dan prestasi di wilayah Jawabarat.

### Tabel 1.1

**Ranking Perolehan Prestasi Kontingen Jawa Barat**

****

Sumber: Dinas Pemuda dan Olahraga Jawa Barat 2018

Tabel 1.1 menunjukan bahwa dari 27 Kota yang terdaftar dalam dinas pemuda dan olahraga Jawa Barat. 27 kota pesaing yang terdaftar di Jawa Barat diantaranya Kab.Bogor, Kab.Sukabumi, Kab.Cianjur, Kab.Garut, Kab.Tasik, Kab.Ciamis, Kab.Kuningan, Kab.Cirebon, Kab.Majalengka, Kab.Sumedang, Kab.Indramayu, Kab.Subang, Kab. Purwakarta, Kab.Karawang, Kab.Bekasi, Kab.Bandung, Kota Bogor, Kota Sukabumi, Kota Bandiung, Kota Cirebon, Kota Bekasi, Kota Depok, Kota Cimahi, Kota Tasikmalaya, Kota Banjar, dan Kab.Pangandaran.

Cabang olahraga yang selalu dipertandingkan sebanyak 20 cabang olahraga yaitu angkat besi, atletik,bola basket, bola voli, bulutangkis, dayung, gulat, judo, karate, panahan, pencaksilat, renang, senam, sepakbola, sepak takraw, tae kwon do, tenis meja, tenis, tinju, tarung derajat. Ke 20 cabang olahraga tersebut memperebutkan 284 nomor dan memperebutkan 284 medali emas, 284 medali perak, dan 420 medali perunggu dengan demikian total medali yang diperebutkan sebanyak 988 medali.

Tabel 1.1 menunjukan hasil akhir pertandingan 27 kota memperebutkan 282 medali emas, 281 medali perak dan 411 medali perunggu, dimana Kota Bandung menempati peringkat pertama dengan perolehan medali sebanyak 78 medali emas, 47 medali perak, 62 medali perunggu dan total perolehan medali Kota Bandung sebesar 187 medali. Dan pada peringkat kedua diisi oleh Kabupaten Bogor, dimana perolehan medali sebanyak 100 medali dengan 33 medali emas, 34 medali perak, dan 33 medali perunggu. Dan posisi ketiga ditempati oleh Kabupaten Bandung dengan perolehan medali sebanyak 78 yaitu 20 medali emas, 23 medali perak, dan 35 medali perunggu.

Perolehan medali yang diperebutkan setiap cabang olahraga dan diperoleh Kota Bandung dapat dilihat pada table 1.2 sebagai berikut:

### Tabel 1.2

**Perolehan Medali Yang Diperebutkan Kota Bandung**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Cabang Olahraga | Kelas kejuaraan | Emas | | Perak | | Perunggu | |
| total | hasil | Total | hasil | total | hasil |
| 1 | Angkat Besi | 15 | 15 | 4 | 15 | 2 | 15 | 4 |
| 2 | Atletik | 38 | 38 | 10 | 38 | 6 | 38 | 7 |
| 3 | Bola Basket | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | - |
| 4 | Bola Voli | 4 | 4 | 4 | 4 | - | 4 | - |
| 5 | Bulutangkis | 7 | 7 | 1 | 7 | 1 | 14 | 1 |
| 6 | Dayung | 11 | 11 | 4 | 11 | 1 | 11 | 1 |
| 7 | Gulat | 20 | 20 | 1 | 20 | 2 | 40 | 6 |
| 8 | Judo | 14 | 14 | 1 | 14 | 5 | 28 | 3 |
| 9 | Karate | 15 | 15 | 4 | 15 | 1 | 30 | 4 |
| 10 | Panahan | 12 | 12 | 4 | 12 | 2 | 12 | 3 |
| 11 | Pencak Silat | 23 | 23 | 6 | 23 | 1 | 40 | 7 |
| 12 | Renang | 36 | 36 | 13 | 36 | 11 | 36 | 11 |
| 13 | Senam | 20 | 20 | 8 | 20 | 3 | 20 |  |
| 14 | Sepak Bola | 1 | 1 | - | 1 | - | 2 | - |
| 15 | Sepak Takraw | 2 | 2 | 1 | 2 | 0 | 4 | 0 |
| 16 | Tae Kwon Do | 24 | 24 | 4 | 24 | 5 | 48 | 4 |
| 17 | Tenis Meja | 6 | 6 | 1 | 6 | - | 12 | 1 |
| 18 | Tenis | 7 | 7 | 3 | 7 | 1 | 14 | 1 |
| 19 | Tinju | 10 | 10 | 2 | 10 | 2 | 20 | 2 |
| 20 | Tarung Derajat | 17 | 17 | 6 | 17 | 3 | 30 | 7 |
|  | **Total** |  |  | **78** |  | **47** |  | **62** |

Sumber: Dinas Pemuda dan Olahraga jawa Barat

Tabel 1.2 yang menunjukan prestasi Kota Bandung dalam 20 Cabang olahraga dengan 284 kelas pertandingan, adapun hal yang menarik perhatian yaitu prestasi bola voli kota bandung, dimana memperoleh 4 emas dalam 4 kelas pertandingan. Diikuti dengan prestasi bola basket yang memperoleh 1 emas dan 1 perak dalam 2 kelas pertandingan. Dengan perolehan prestasi bola voli yang cukup baik, Kota Bandung merupakan salah satu kota yang menjadi tolak ukur dalam pembinaan atlet bola voli, hal ini terbukti dengan banyaknya sekolah olahraga bola voli yang dapat menghasilkan atlet-atlet muda berpotensi. Prestasi Kota Bandung dibidang olahraga bola voli sudah dikenal hingga tingkat nasional, banyaknya atlet PLATNAS (Pelatihan Nasional) berasal dari Kota Bandung yang mewakili Indonesia di kejuaraan tingkat Asia dan dunia. Kota Bandung selalu mendukung dan meningkatikan keberhasilan bola voli dalam meraih prestasi yang tidak lepas dari peran sekolah-sekolah pembinaan yang memfasilitasi para atlet bola voli untuk berlatih dan mengembangkan kemampuan.

IVOBA (Ikatan Voli Bandung) yang merupakan pusat pendataan jumlah atlet bola voli di Kota Bandung selalu melakukan trobosan terbaik agar dapat menghasilkan atlet-atlet berprestasi yang siap dipertandingkan setiap tahunnya. Adapun jumlah atlet bola voli Kota Bandung dati tahun 2013-2017 sebagai berikut:

### Gambar 1.1

**Jumlah Atlet Bola Voli Kota Bandung**

Sumber: IVOBA 2017

Gambar 1.1 menunjukan pada tahun 2015 Kota Bandung memiliki 924 atlet, jumlah atlet ini meningkat dari yang sebelumnya hanya berjumlah 893 atlet pada tahun 2014 yang semula menurun dari tahun 2013 dimana jumlah atlet voli mencapai 901 atlet., pada tahun 2016 jumlah atlet kota bandung sebanyak 919 mengalami penurunan jumlah atlet yang berlanjut hingga tahun 2017 jumlah atlet yang bertahan hanya 908. Berkurangnya jumlah atlet di Kota Bandung dalam dua tahun terakhir dikhawatirkan akan berlanjut hingga tahun selanjutnya dan berdampak pada prestasi bola voli Kota Bandung.

Sekolah pembinaan bola voli di Kota Bandung tidak hanya membina atlet-atlet yang berasal dari Kota Bandung saja, banyak juga atlet dari luar Kota Bandung bahkan dari luar pulau jawa yang mengikuti pembinaan di beberapa sekolah bola voli di Kota Bandung, namun hal ini tidak diimbangi dengan peningkatan kuantitas pelayanan, proses pelatihan dan fasilitas olahraga yang dibutuhkan para atlet. Sehingga banyaknya atlet yang bepindah sekolah atau sekolah bola voli bahkan bersedia pindah ke kota yang menyediakan tempat pelatihan terbaik demi menunjang prestasinya. Selain mencari fasilitas, para atlet terkadang menari sekolah bola voli yang memiliki citra yang baik dimana sekolah bola voli tersebut memiliki sponsorship dengan perusahaan besar sehingga atlet memiliki jalan atau peluang yang lebih terbuka untuk mengembangkan prestasi dan bakatnya dalam bidang olahraga bola voli.

Sekolah bola voli di Kota Bandung yang tercatat dari tahun 2013 hingga saat ini memiliki 6 sekolah bola voli putra dan 9 sekolah bola voli putri yang selalu bersaing dalam menghasilkan prestasi dan atlet-atlet unggul yang siap dipertandingkan pada ajang olahraga yang lebih besar, hal ini membuat sekolah bola voli saling sikut dalam memperebutkan atlet berprestasi untuk masuk ke dalam sekolah bola voli binaannya, sehingga banyak atlet yang mencari peluang yang pada akhirnya berpindah sekolah demi menemukan kenyamanan dan kesesuaian pelatihan dalam pencapaian target secara pribadi. Adapun jumlah sekolah dan atlet setiap sekolah di Kota Bandung:

### Tabel 1.3

**Jumlah Atlet Sekolah Bola Voli di Kota Bandung**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2013** | **2014** | **2015** | **2016** | **2017** |
| **PUTRA** | | | | | |
| ALKO BANDUNG | 43 | 44 | 46 | 45 | 45 |
| TECTONA | 109 | 92 | 79 | 74 | 56 |
| SILVA'S | 99 | 104 | 107 | 96 | 94 |
| PATRIOT | 33 | 33 | 36 | 36 | 35 |
| BANDUNG TIMUR | 42 | 46 | 49 | 56 | 61 |
| PASUNDAN | 53 | 55 | 58 | 58 | 60 |
| Jumlah | **379** | **374** | **375** | **365** | **351** |
| **PUTRI** | | | | | |
| ALKO BANDUNG | 47 | 51 | 58 | 60 | 65 |
| TECTONA | 123 | 112 | 96 | 80 | 51 |
| SILVA'S | 89 | 90 | 90 | 96 | 102 |
| WAHANA EXPRESS GROUP | 35 | 38 | 45 | 49 | 56 |
| BAHANA BINA PAKUAN | 97 | 84 | 88 | 83 | 85 |
| PARAHYANGAN | 25 | 33 | 35 | 37 | 37 |
| KHARISMA BUMI PUTERA | 16 | 26 | 38 | 40 | 45 |
| PATRIOT | 41 | 38 | 43 | 43 | 43 |
| BANDUNG TIMUR | 49 | 47 | 56 | 66 | 73 |
| Jumlah | **522** | **519** | **549** | **554** | **557** |

Suber:IVOBA

Tabel 1.3 menunjukan jumlah atlet bola voli yang terdaftar di IVOBA dari tahun 2013 hingga 2017. Pada tabel 1.3 dapat dilihat, dibandingkan sekolah voli lain yang ada di Kota Bandung, PBV Tectona mengalami penurunan yang cukup besar setiap tahunnya baik team putra maupun team putri, dapat dilihat dari tahun 2013 hingga 2017 Tectona sudah kehilangan 53% dari atletnya, dibandingkan dengan sekolah voli lain yang justru mengalami peningkatan jumlah atlet dari tahun 2013 hingga 2017. Hal ini dikhawatirkan berdampak pada penurunan jumlah atlet yang berprestasi di Kota Bandung, mengingat BPV Tectona merupakan sekolah voli terlama dan terbaik yang mendukung perkembangan atlet menuju jenjang lebih tinggi.

PBV Bandung Tectona merupakan sekolah bola voli ternama yang ada di Kota Bandung yang sudah menghasilkan banyak atlet-atlet berprestasi dalam berbagai kejuaraan hingga ke tingkat nasional. PBV Bandung Tectona yang berdiri sejak tahun 1988 ini merupakan perwujudan dari keinginan Direksi Perum Perhutani sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara untuk berperan serta melaksanakan program pemerintah “Memasyarakatkan Olahraga dan Mengolahragakan Masyarakat” sehingga diputuskan Perum Perhutani Unit III Jawa Barat diserahi tanggung jawab untuk membina cabang olahraga bola Voli. Disamping Unit I Jawa Tengah dengan cabang olahraga tenis lapang dan tenis meja, juga Unit II Jawa Timur dengan cabang olahraga Bulu Tangkis.

Misi perhutani dalam peran sertanya melaksanakan Program Pemerintah dalam bidang olahraga akan terwujud dan secara langsung atau tidak langsung dapat dipakai sebagai salah satu media promosi perusahaan. Dalam perkembangan selanjutnya, dari 4 (empat) cabang olahraga yang dibina, nampaknya hanya cabang olahraga bola voli yang telah berhasil mencapai sasaran yang sesuai dengan tujuan awal pembentukannya. Banyaknya atlet berprestasi yang ditarik oleh sekolah dan perusahaan ternama untuk pembinaan lebih lanjut membuat nama PBV Bandung Tectona semakin tersohor, sehingga pada tahun 1990 PBV Bandung tectona sudah mulai berani berdiri dan bersaing dalam meraih prestasi dari berbagai kejuaraan juga mencetak atlet-atlet yang dapat mengharumkan nama bangsa..

PBV Bandung Tectona merupakan salah satu sekolah tujuan para atlet dari berbagai daerah di Indonesia, mengingat PBV Bandung Tectona pernah menjadi salah satu sekolah yang menyediakan atlet-atlet berprestasi yang siap dipertandingkan di berbagai kejuaraan nasional, Asia dan dunia, hingga banyaknya atlet yang di didik PBV Bandung Tectona membuat PBV Bandung tectona lebih memiliki peluang menciptakan atlet berprestasi lebih banyak lagi. Adapun jumlah atlet PBV Tectona per tingkatannya , yaitu:

### Tabel 1.4

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2013** | **2014** | **2015** | **2016** | **2017** |
| **PUTRA** | | | | | |
| Yunior | 63 | 58 | 45 | 46 | 38 |
| Senior | 46 | 34 | 34 | 28 | 18 |
| Jumlah | **109** | **92** | **79** | **74** | **56** |
| **PUTRI** | | | | | |
| Yunior | 76 | 69 | 57 | 44 | 31 |
| Senior | 47 | 43 | 39 | 36 | 20 |
| Jumlah | **123** | **112** | **96** | **80** | **51** |
| **Total** | **232** | **204** | **175** | **154** | **107** |

**Jumlah Atlet PBV Bandung Tectona per Tingkatan**

Sumber: data atlet PBV Bandung Tectona 2013-2017

Tabel 1.2 menunjukan baik team putra maupun team putri PBV Bandung tectona mengalami penurunan jumlah atlet setiap tahunnya, dalam kurun waktu 5 (lima) tahun PBV Bandung Tectona hampir kehilangan separuh atlitnya, hal ini dapat dilihat dari tahun 2013 ke tahun 2014 PBV Bandung Tectona kehilangan atletnya sebanyak 13%, pada tahun 2015 PBV Bandung Tectona kembali kehilangan atletnya sebanyak 22%, dibandingkan tahun 2013 pada tahun 2016 PBV Bandung Tectona kehilangan atlet sebanyak 26%, hal ini diperparah pada tahun 2017 dimana dibandingkan dengan tahun 2013 PBV Bandung Tectona kehilangan atlet sebesar 36%. Penurunan yang berkelanjutan ini dikhawatirkan memberikan dampak yang negatif bagi PBV Bandung Tectona.

Banyaknya atlet senior yang sudah di tarik perusahaan lain tidak sesuai dengan jumlah atlet dan peningkatan prestasi setiap atlet yang masuk setiap tahunnya, sehingga dapat mengganggu perkembangan atlet yang berlatih di PBV Bandung Tectona. Para atlet senior PBV Bandung Tectona yang telah berhasil di berbagai liga pun banyak yang beralih dan mengikuti pelatihan di sekolah lain dengan iming-iming berbagai hal yang tentunya dibutuhkan dan di inginkan para atlet.

Rendahnya loyalitas atlet PBV Bandung Tectona, menyebabkan kerugian pada pihak PBV Bandung Tectona yang akhirnya kehilangan para atlet berpotensinya, Menjaga loyalitas atlet merupakan hal penting yang harus dipertahankan agar atlet PBV Bandung Tectona tetap setia dalam menggunakan produk baik barang ataupuun jasa dari perusahaan tersebut. Seperti yang dikatakan oleh Kotler dan Armstrong (2014:49) bahwa menjaga pelanggan tetap loyal masuk akal secara ekonomi. Pelanggan yang loyal akan menggunakan produk perusahaan lebih banyak dan dalam waktu yang lebih lama. Kehilangan pelanggan yang loyal berarti kehilangan aliran pendapatan akan pelanggan tersebut dimasa mendatang.

Loyalitas merupakan hal penting bagi suatu usaha, karena loyalitas konsumen merupakan kunci sukses suatu bisnis atau uasaha untuk terus bertahan dan memepertahankan konsumen yang loyal menjadi prioritas yang utama. Loyalitas atlet terhadap sekolah bola voli sangat mempengaruhi perkembangan sekolah bola voli tersebut. Loyalitas ini merupakan komitmen pengguna terhadap suatu tempat yang didasarkan pada sikap positif yang tercermin dalam penggunaan secara berulang dan merekomendasikannya kepada kerabat. Mempertahankan loyalitas pelanggan berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Manfaat dari loyalitas pelanggan adalah berkurangnya serangan dari kompetitor perusahaan sejenis dan memperkuat tujuan atau target perusahaan.

Loyalitas pelanggan diukur dengan menggunakan beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas menurut Griffin (2010) terdapat 4 (empat) faktor yang mempengaruhi loyalitas seorang pelanggan yaitu *repeat buyer* (melakukan pembelian ulang)*, purchasses across sproduct and service lines* ( melakukan pembelian antar lini produk/ jasa), *referes other* (mereferensikan kepada oranglain), dan *demonstrates immunity to the full of competitions* (menunjukan daya tahan terhadap pesaing). Keempat faktor tersebut digunakan peneliti dalam melakukan penelitian pendahuluan untuk menegtahui tingkat loyalitas atlet PBV Bandung Tectona. Pengukuran loyalitas yang dilakukan peneliti yaitu dengan menggunakan nilai standar dimana jika hasil dalam persen (%) tidak mencapai nilai standar maka itu berarti loyalitas atlet belum optimal.

Rendahnya loyalitas atlet PBV Bandung Tectona dapat dlihat pada hasil peneltian pendahuluan yang dilakukan peneliti di PBV Bandung tectona, pada hari selasa tanggal 17 April 2018 dengan jumlah responden sebanyak 20 orang atlet. Berikut adalah hasil penelitian pendahuluan mengenai loyalitas atlet di PBV Bandung Tectona yang dapat dilihat pada Tabel 1.5:

### Tabel 1.5

**Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Loyalitas Atlet PBV Bandung Tectona**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pernyataan** | **Frekuensi** | | | | | **Jum-lah Skor** | **Skor Ideal** | **Hasil (%)** | **Stdr (%)** |
| **SS (5)** | **S (4)** | **KS (3)** | **TS (2)** | **STS (1)** |
| 1 | Saya akan merekomendasikan PBV Bandung Tectona pada oranglain | 5 | 7 | 1 | 5 | 2 | 68 | 100 | 68% | 100% |
| 2 | Saya tidak memiliki keinginan untuk berpindah ke sekolah bola voli lain | 5 | 3 | 0 | 7 | 5 | 56 | 100 | 56% | 100% |
| 3 | Jika ada yang menawarkan untuk pindah ke sekolah voli lain, saya akan tetap menggunakan PBV Bandung Tectona | 3 | 5 | 1 | 5 | 6 | 54 | 100 | 54% | 100% |
| 4 | Saya akan membeli produk apapun yang ditawarkan PBV Bandung Tectona | 3 | 5 | 1 | 7 | 4 | 56 | 100 | 56% | 100% |
| **Jumlah Skor Rata-rata** | | | | | | | | | 59% | 100% |
| **F = frekuensi, N = Frekuensi x Skor Jumlah Responden: 20 orang,**  **Jumlah Pertanyaan: 4 Skor Ideal = Skor tertinggi x Jumlah Respomden** | | | | | | | | | | |
|

sumber: Hasil Penelitian Pendahuluan 2018

Tabel 1.5 menunjukan bahwa loyalitas atlet PBV Bandung Tectona secara keseluruhan cukup rendah, hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian pendahuluan yang memperoleh hasil sebesar 59% dari standar 100% yang telah ditetapkan. Hasil tersebut menunjukan bahwa loyalitas atlet PBV Bandung Tectona masih kurang. Adapun point pertanyaan dengan skor terendah yaitu pada point nomor 3 yang dengan pernyataan Jika ada yang menawarkan untuk pindah ke sekolah bola voli lain, saya akan tetap menggunakan PBV Badnung Tectona, memperoleh hasil sebesar 54%. Dengan hasil jawaban yang demikian maka dapat disimpulakn bahwa sebagian besar responden dapat berpindah ke sekolah bola voli lain.

Pernyataan nomor 2 dan 4 didapatkan hasil yang sama yaitu 56% dimana pernyataan nomor 2 yaitu Saya tidak memiliki keinginan untuk berpindah ke sekolah bola voli lain, dengan hasil 56% maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar atlet PBV Bandung Tectona memiliki keinginan untuk berpindah ke sekolah bola voli lain. Juga pernyataan nomor 4 yang emiliki hasil sama yaitu 56% dimana pernyataan Saya akan membeli produk apapun yang ditawarkan PBV Bandung Tectona, dengan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa tidak semua atlet PBV Bandung Tectona bersedia membeli produk apapun yang ditawarkan PBV Bandung Tectona. Dan point tertinggi terdapat pada pernyataan nomor 1 yaitu daya akan merekomendasikan PBV Bandung Tectona pada oranglain dengan hasil 68%. Dengan jawaban yang demikian maka dapat disimpulkan bahawa masih adanya atlet yang tidak akan merekomendasikan PBV Badnung Tectona pada oranglain.

Loyalitas atlet PBV Bandung Tectona ini membuktikan bahwa PBV Bandung Tectona harus mampu meningkatkan loyalitas atletnya, salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas yaitu kepuasan. Secara umum kepuasan atlet adalah seleksi dari dua atau lebih pilihan alternative, oleh karena itu kesimpulan terbaik individu untuk merasa puas terbentuk berdasarkan terpenuhinya kebutuhan dan harapan.

Kepuasan atlet juga memiliki arti yang penting bagi sekolah bola voli, karena masa depan suatu sekolah bola voli sangat dipengaruhi oleh kepuasan atletnya dalam menjalani pelatihan dan hasil yang diraih secara individu. Melalui kepuasan atlet, PBV Bandung Tectona dapat mengetahui seberapa besar harapan atlet yang dapat dipenuhi oleh PBV Bandung Tectona, apakah harapan atlet tercapai atau tidak.

Kepuasan atlet yang dimana posisinya dalam kasus ini merupakan pelanggan menjadi sangat penting terhadap pembelian dan penggunaan barang atau jasa. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang telah dirasakan dan dibandingkan dengan harapannya. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari ketiga tingkat kepuasan umum yaitu (1) jika kinerja atau hasil atau realita dibawah harapan, konsumen akan merasa kecewa, (2) jika kinerja atau hasil atau realita sesuai dengan harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas, dan (3) jika kinerja atau hasil atau realita melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa sangat puas, senang, atau gembira, sehingga memunculkan kesan yang positif pada benak pelanggannya.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam sebuah bisnis baik perusahaan profit atau non ptofit, jika konsumen merasa puas,maka secara langsung akan memberikan respon yang positif terhadap perusahaan. Memuaskan kebutuhan atlet merupakan keinginan setiap sekolah bola voli, begitu pula PBV Bandung Tectona, dengan memuaskan kebutuhan para atletnya untuk meningkatkan keunggulan.

Untuk mengetahui kepuasan atlet PBV Badnung Tectona dapat dlihat pada hasil peneltian pendahuluan yang dilakukan peneliti di PBV Bandung tectona, yang berlokasi di jalan Persada no.9 Taman Cipadung Indah pada hari selasa tanggal 17 April 2018 dengan jumlah responden sebanyak 20 orang. Berikut adalah hasil penelitian pendahuluan mengenai loyalitas atlet PBV Bandung Tectona yang dapat dilihat pada Tabel 1.6:

### Tabel 1.6

**Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Kepuasan Atlet PBV Badnung Tectona**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pernyataan** | **Frekuensi** | | | | | **Jumlah Skor** | **Skor Ideal** | **Hasil (%)** | **Stdr (%)** |
| **SS (5)** | **S (4)** | **KS (3)** | **TS (2)** | **STS (1)** |
| 1 | Saya merasa pelayanan yang diberikan PBV Bandung Tectona sesuai dengan harapan saya | 2 | 7 | 1 | 6 | 4 | 57 | 100 | 57% | 100% |
| 2 | kualitas yang ditawarkan PBV Bandung Tectona sesuai dengan kebutuhan saya | 3 | 5 | 1 | 7 | 4 | 56 | 100 | 56% | 100% |
| 3 | Saya merasa PBV Bandung Tectona sangat baik dalam memberikan pelayanannya | 1 | 4 | 2 | 7 | 6 | 47 | 100 | 47% | 100% |
| 4 | Saya merasa biaya yang dikeluarkan sebanding dengan yang saya dapatkan di PBV Bandug Tectona | 5 | 5 | 2 | 5 | 3 | 64 | 100 | 64% | 100% |
| **Jumlah Skor Rata-rata** | | | | | | | | | 56% | 100% |
| **F = frekuensi, N = Frekuensi x Skor Jumlah Responden: 20 orang,**  **Jumlah Pertanyaan: 4 Skor Ideal = Skor tertinggi x Jumlah Respomden** | | | | | | | | | | |
|

Sumber: Hasil Penelitian Pendahulian 2018

Tabel 1.4 peneliti menggunakan teori dimensi Menurut Kotler dan Keller (2016:157) dalam pembuatan kuesioner pra penelitian, dimana terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan seorang konsumen yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya dan kemudahan.

Tabel 1.6 menunjukan bahwa kepuasan atlet PBV Bandung Tectona secara keseluruhan belum mencapai optimal karena perolehan hasil penelitian pendahuluan mengenai kepuasan hanya mencapai setengah dari standar yang ditentukan, hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian pendahuluan yang memperoleh hasil sebesar 56% dari standar 100% yang telah ditetapkan. Namun terdapat beberapa point yang memiliki hasil kurang baik yaitu pada point nomor 3, dimana pernyataan tersebut yaitu Saya merasa PBV Bandung Tectona sangat baik dalam memberikan pelayanannya. Dengan hasil jawaban yang demikian maka dapat disimpulkan bahwa sebagian responden merasa pelayanan yang diberikan PBV Bandung Tectona belum baik.

Kepuasan dapat terbentuk setelah pelanggan menggunkan produk yang telah mereka beli dan rasakan berupa barang atau jasa. Pernyataan ini di dukung oleh Roger Kerin (2017:13) yang mengemukakan bahwa “*Customer satisfaction is defined as the number of customers, or percentage of total customers, whose reported experience with a firm, it’s products or it’s services (ratings) exceeds specified satisfaction goals”.* Semakin baik produk yang ditawarkan perusahaan maka akan semakin meningkat pula kepuasan pelanggan dan jika produk yang ditawarkan kurang baik maka akan berpengaruh pula pada penurunan kepuasan pelanggan. Hal ini juga di dukung oleh hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Asep Sulaeman (2018:20) bahwa secara simultan produk berpengaruh signifikan terhdap kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh harga dari produk atau jasa tersebut. Sebuah harga suatu produk atau jasa dapat mempengaruhi tingkat kepuasan seorang pelanggan. Harga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya, harga sangat berkaitan dengan fasilitas yang disediakan. Seorang pelanggan tidak akan membayar lebih jika fasilitas yang dia dapatkan tidak sebanding dengan uang yang dikeluarkannya, perusahaan yang menetapkan harga yang terlalu tinggi dengan fasilitas yang buruk,akan menyebabkan minat dan kepuasan pelanggan menurun.

Swastha dan Irawan dalam jurnal Heri Susilo, Andi Tri Haryono dan Moh Mukeri (2018:7). Salah satu faktor pendorong kepuasan kepada pelanggan adalah harga, biasanya harga yang murah adalah sumber kepuasan yang penting. Akan tetapi biasanya faktor harga bukan menjadi jaminan suatu produk memiliki kualitas yang baik. Pernyataan ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ade Syarif Maulana (2016:124) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh Lokasi. Kemuadahan mendapatkan produk atau jasa dalam hal lokasi tersebut mempengaruhi kepuasan pelanggan.Apabila lokasi perusahaan mudah diakses maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan,dengan demikian pelanggan dapat dengan mudah melakukan transaksi, akan tetapi jika lokasi perusahaan sulit dijangkau maka akan mengurangi kepuasan pelanggan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ainnur Rofiq dan M.Hufrom (2018:163) yang menyatakan bahwa lokasi secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh faktor promosi. Kegiatan Promosi meliputi menginformasikan,menawarkan,dan memperkenalkan produk kepada pelanggan, apabila kegiatakn ini mampu dilakukan dengan baik oleh perusahaan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Namun, apanbila kegiatan promosi ini dulakukan dengan buruk makan akan berpenaruh terhadap penurunan kepuasan pelanggan, hal ini juga dapat berpengaruh terhadap harapan pelanggan mengenai informasi lengkap tentang perusahaan. Diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Heri Susilo, Andi Tri Haryono dan Moh Mukeri (2018:8) yang menyatakan bahwa promosi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan. Dalam perusahaan, semakin baik pelayanan yang diberikan karywan kepada para pelanggannya, maka tingkat kepuasan pelanggan akan semakin tinggi. Akan tetapi, jika pelayanan yang diberikan karyawan buruk maka mampu menurunkan tingkat kepuasan pelanggan. Pernyataan ini diperkuat dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Asep Sulaeman (2017:20) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor berikutnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu Citra Perusahaan. Citra menunjukan kesan suatu objek terhadap objek lain yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari sumber terpercaya. Citra perusahaan dapat berupa kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi. Dengan terbentuknya citra perusahaan yang baik dimata pelanggan, hal ini akan meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Erwina Safitri, Maryati Rahayu dan Nur Khusniyah Indrawati (2016:93) yang menyatakan bahwa Citra perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu faktor lingkungan fisik. Lingkungan fisik yang berupa fasilitas yang disediakan oleh perusahaan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Semakin baik fasilitas yang disediakan oleh perusahaan untuk pelanggan maka akan berpengaruh terhadap tingginya kepuasan pelanggan,sebaliknya jika fasilitas yang disediakan perusahaan untuk pelanggan buruk maka kepuasan pelangganpun akan berkurang. Hal ini di dukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Mandang Cristino, David P.E Saerang, dan Fredrik (2017:19) yang menyatakan bahwa lingkungan fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Setelah mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan berdasarkan uraian di atas untuk mengetahui faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PBV Bandung Tectona dapat dlihat pada hasil peneltian pendahuluan yang dilakukan peneliti di PBV Bandung Tectona, yang berlokasi di jalan Persada no.9 Taman Cipadung Indah pada hari selasa tanggal 17 April 2018 dengan jumlah responden sebanyak 20 orang. Berikut adalah hasil penelitian pendahuluan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan atlet PBV Bandung Tectona. Adapun hasil dari penelitian pendahuluan dapat dilihat pada table 1.7 berikut ini:

### Tabel 1.7

**Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Atlet PBV Bandung Tectona**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pernyataan** | | **Frekuensi** | | | | |
| **SS**  **(5)** | **S**  **(4)** | **KS (3)** | **TS (2)** | **STS (1)** |
|  | **Produk (*Product*)** | |  |  |  |  |  |
| 1 | Secara keseluruhan sistem pelatihan yang diberikan PBV Bandung Tectona lengkap | | 55% | 40% | 0% | 5% | 0% |
| 2 | Prestasi yang diperoleh PBV Bandung Tectona sangat Baik | | 50% | 30% | 5% | 10% | 5% |
|  | **Harga (*price*)** | | | | | | |
| 1 | Harga PBV Bandung Tectona sesuai dengan kualitas yang diberikan | | 40% | 55% | 0% | 5% | 0% |
| 2 | Biaya bulanan PBV Bandung Tectona terjangkau | | 65% | 35% | 0% | 0% | 0% |
|  | **Lokasi (*Place*)** | |  |  |  |  |  |
| 1 | Lokasi PBV Bandung Tectona strategis | | 35% | 65% | 0% | 0% | 0% |
| 2 | Lahan parkir PBV Bandung Tectona cukup luas | | 30% | 70% | 0% | 0% | 0% |
|  | **Promosi (*Promotion*)** | |  |  |  |  |  |
| 1 | Pemasaran langsung yang dilakukan PBV Bandung Tectona membuat saya sadar akan keberadaannya | | 25% | 50% | 5% | 15% | 5% |
| 2 | Saya dapat dengan mudah menemukan iklan mengenai PBV Bandung Tectona | | 25% | 40% | 5% | 10% | 20% |
|  | **Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)** | |  |  |  |  |  |
| 1 | Kualitas Pelayanan PBV Bandung Tectona sangat baik | | 10% | 25% | 5% | 35% | 25% |
| 2 | Pelatih PBV Bandung Tectona merupakan pelatih yang handal dan berpengalaman | | 20% | 20% | 5% | 40% | 15% |
|  | **Citra Perusahaan (*Corporate Image*)** | |  |  |  |  |  |
| 1 | Citra PBV Bandung Tectona paling baik dibandingkan sekolah bola voli lain | | 15% | 35% | 5% | 30% | 15% |
| 2 | PBV Bandung Tectona sangat baik dan stabil | | 20% | 25% | 10% | 65% | 10% |
|  | **Lingkungan Fisik (*Physical Evidence*)** |
| 1 | Saya Merasa fasilitas yang diberikan PBV Bandung Tectona sudah baik dan lengkap | | 30% | 35% | 5% | 30% | 0% |
| 2 | Saya merasa gedung (gor) tempat latihan PBV Badnung Tectona sudah Bagus | | 10% | 35% | 0% | 40% | 15% |

Sumber: Hasil Penelitian Pendahuluan 2018

Berdasarkan Hasil penelitian pendahuluan yang di sajikan pada Tabel 1.7, bahwa terdapat 2 (dua) faktor dominan terbesar dari 7 (tujuh) faktor yang mempengaruhi kepuasan atlet PBV Bandung Tectona, yaitu pada faktor Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) dan Citra Perusahaan (*Corporate Image*). Pada faktor kualitas pelayanan (*service quality*) dapat dilihat pada pernyataan pertama yaitu kualitas pelayanan PBV Bandung Tectona sangat baik dengan hasil jawaban sangat setuju sebesar 15%, setuju sebesar 35%, kurang setuju sebesar 5%, tidak setuju sebesar 30%, dan sangat tidak setuju sebesar 15%.

Jawaban yang demikian dapat disimpulkan sebagian besar responden merasa kualitas pelayanan PBV Bandung Tectona kurang baik. Selanjutnya pada pernyataan kedua yaitu Pelatih PBV Bandung Tectona merupakan pelatih yang handal dan berpengalaman dengan hasil jawaban sangat setuju sebesar 20%, setuju sebesar 20%, kurang setuju sebesar 5%, tidak setuju sebesar 40%, dan sangat tidak setuju sebesar 15%. Dengan hasil jawaban yang demikian maka dapat disimpulkan bahwa belum seluruh pelatih di PBV Bandung Tectona adalah pelatih yang handal dan juga pelatih yang berpengalaman.

Tabel 1.7 dapat diperhatikan bahwa selain faktor kualitas pelayanan (*service quality*)juga terdapat faktor citra perusahaan (*corporate image*) yang juga memiliki hasil terendah, pada pernyataan pertama yaitu citra PBV Bandung Tectona paling baik dibandingkan sekolah bola voli lain dengan hasil jawaban sangat setuju sebesar 15%, setuju sebesar 35%, kurang setuju sebesar 5%, tidak setuju sebesar 30%, dan sangat tidak setuju sebesar 15%. Dengan hasil jawaban yang demikian maka dapat disimpulkan bahwa Citra PBV Bandung Tectona belum lebih baik dibandingkan dengan sekolah bola voli lain. Dan pada pernyataan kedua yaitu PBV Bandung Tectona sangat baik dan stabil dengan hasil jawaban responden yang memilih sangat setuju sebesar 20%, responden yang setuju sebesar 25%,responden yang kurang setuju sebesar 10%,responden yang tidak setuju sebesar 65%, dan responden yang sangat tidak setuju sebesar 10%. Dengan hasil jawaban yang demikian maka dapat disimpulkan bahwa PBV Bandung Tectona belum baik dan belum stabil dalam mempertahankan citra perusahaannya.

Selanjutnya, untuk mengetahui faktor-faktor dominan apa saja yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan atau atlet PBV Badnung Tectona maka peneliti mengolah hasil penelitian pendahuluan yang tertera di atas sehingga dapat mengetahui seberapa besar presentase dari setiap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan atlet PBV Bandung Tectona. Cara yang digunakan adalah dengan menjumlahkan hasil jawaban kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju dari setiap dimensi, lalu membuat rata-rata total jawaban kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju sesuai dengan jumlah pernyataan yang ada pada dimensi tersebut, setelah memperoleh jumlah rata-rata setiap dimensi selanjutnya membagi hasil rata-rata setiap dimensi tersebut dengan total jumlah rata-rata dari seluruh dimensi, kemudian dikalikan dengan 100% (seratus persen) sehingga akhirnya diperoleh hasil presentase dari setiap dimensi.

Presentase dari setiap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan berdasarkan hasil penelitian pendahuluan tertera di atas, yang berlokasi di Jalan Persada no.9 Taman Cipadung Indah pada pada hari selasa tanggal 17 April 2018 dengan responden sebanyak 20 orang, dapat dilihat pada gambar 1.2:

### Gambar 1.2

**Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Faktor-Faktor yang Diduga Bermasalah yang Mempengaruhi Kepuasan Atlet PBV Badnung Tectona**

Sumber: Hasil Penelitian Pendahuluan 2018

Berdasarkan Gambar 1.2 mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan atlet PBV Bandung Tectona, Terdapat 2 (dua) faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan atlet PBV Bandung Tectona yaitu citra perusahaan (*corporate* image) dan kualitas pelayanan (*service qualityi*), dengan faktor terbesar yaitu citra perusahaan (*corporate image*) dengan presentase sebesar 31% dan faktor kedua yaitu kualitas pelayanan (*service quality*) dengan presentase sebesar 27%.

Atlet PBV Bandung Tectona menilai kualitas pelayanan dan citra perusahaan yang dirasakan belum memenuhi dan sesuai dengan yang diharapan atlet PBV Bandung Tectona. Hal tersebut mengakibatkan menurunnya kepuasan atlet terhadap PBV Bandung Tectona, dengan pendapat responden melalui kuesioner yang disebarkan semankin menguatkan faktor-faktor yang dikeluhkan tersebut.

Kualitas pelayanan yang tidak sesuai antara kenyataan (kinerja atau hasil) dengan harapan atau ekspektasi pelanggan akan menimpulkan rasa kurang puas atau bahkan tidak puas begitupun citra perusahaan yang kurang atau tidak sesuai antara harapan dan kenyataan akan menurunkan kepuasan pelanggan, ketika pelanggan merasa kurang atau tidak puas maka akan menimbulkan kemungkinan pelanggan tersebut beralih kepada perusahaan lain atau pelanggan tidak loyal.

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting dan menjadi perhatian untuk setiap perusahaan. Kepuasan pelanggan yang penting tersebut dalam penggunaan sebuah produk baik barang atau jasa dapat memberikan dampak jangka panjang bagi perusahaan, baik perusahaan besar, kecil dan menengah kemungkinan mereka akan menjadi pelanggan yang loyal terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut dengan terus menerus melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk baik berupa barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut kepada orang-orang di sekitarnya yang akan menimbulkan keuntungan bagi perusahaan.

Pernyataan tersebut diperkuat dengan teori yang dikemukanan oleh Fandy Tjipjono (2014:269) Citra korporasi sangat penting dalam sebagian besar jasa. Faktor ini biasanya mempengaruhi persepsi terhadap kualitas melalui berbagai cara citra yang positif di benak pelanggan akan memungkinkan dimaafkannya perusahaan apabila mengalami kesalahan minor, begitu pula sebaliknya jika persepsi mengenai citra negatif. Kualitas yang baik dan positif diperoleh bila kualitas yang dialami (*experienced quality*) memenuhi harapan pelanggan (*expected quality*). Bila harapan pelanggan tidak realistis, makas persepsi kualitas total akan rendah, sekalipun kualitas yang dialami memang baik (diukur dengan berbagai ukuran obyektif). Kualitas yang diharapkan dipengaruhi oleh sejumlah faktor, yakni komunikasi pasar, komunikasi gethok tular, citra perusahaan, dan keutuhan pelanggan atau loyalitas. Berdasarkan teori diatas, kualitas pelayanan dan citra perusahan memiliki pengaruh dalam meningkatkan atau menurunkan kepuasan pelanggan perusahaan yang akhirnya akan berdampak pada loyalitas pelanggan tersebut apakah akan loyal tetap menggunakan produk atau jasa perusahaan tersebut, atau justru beralih kepada perusahaan lain.

Berdasarkan penjelasan dari teori dan fenomena permasalahan pada sekolah bola voli PBV Bandung Tectona yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadikan permasalahan yang terjadi sebagai topik pada penelitian yang akan dibahas dengan mengambil judul penelitian sebagai berikut:

**“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Studi pada Atlet Sekolah Bola Voli Bandung Tectona”**

## Identifikasi dan Rumusan Masalah Penelitian

Pada sub-sub ini peneliti membuat identifikasi masalah dan rumusan masalah mengenai kualitas pelayanan, citra perusahaan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Identifikasi masalah diperoleh dari latar belakang penelitian yang peneliti lakukan, dan rumusan masalah menggambarkan permasalahan yang akan diteliti di dalam penelitian ini, dimana nantinya akan dijawab dalam penelitian ini.

### Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah-masalah yang ada dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penurunan jumlah atlet bola voli di Kota Bandung.
2. PBV Bandung Tectona menjadi salah satu sekolah bola voli yang mengalami penurunan jumlah atlet dalam kurun waktu 5 tahun terakhir.
3. Penurunan jumlah atlet putra dan putri PBV Bandung Tectona
4. Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan menunjukan bahwa loyalitas atlet PBV Bandung Tectona rendah.
5. Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan menunjukan bahwa kepuasan pelanggan PBV Bandung Tectona rendah.
6. Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan menunjukan bahwa citra peusahaan PBV Bandung Tectona tidak sesuai dengan yang diharapkan pelanggan
7. Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan menunjukan bahwa atlet merasa pelayanan yang diberikan PBV Bandung Tectona kurang handal dan baik dalam melatih atlet PBV Bandung Tectona.

### 1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan penjelasan di atas yang telah diuraikan sebelumnya, dapat diketahui bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai kualitas pelayanan dan citra perusahaan pada PBV Bandung Tectona
2. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai kepuasan pada penggunaan jasa sekolah bola voli PBV Bandung Tectona
3. Bagaimana loyalitas atlet PBV Bandung Tectona
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan
5. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas
6. Seberapa besar pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan
7. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas atlet melalui kepuasan pelanggan PBV Bandung Tectona secara tidak langsung.

## Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diajukan diatas, maka diperoleh tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisi dan mengetahui:

1. Tanggapan pelanggan mengenai kualitas pelayanan dan citra perusahaan pada PBV Bandung Tectona
2. Tanggapan pelanggan mengenai kepuasan pada penggunaan jasa sekolah bola voli PBV Bandung Tectona
3. Mengetahui loyalitas atlet PBV Bandung Tectona
4. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan
5. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan citra perusahaan terhadap loyalitas
6. Besarnya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan
7. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas atlet melalui kepuasan pelanggan PBV Bandung Tectona secara tidak langsung.

## Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan yang akan menggunakan penelitian ini, terutama yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya pada loyalitas pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis.

### Kegunaan Teoritis

1. Bagi Peneliti
2. Menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti tentang cara menyusun suatu penelitian.
3. Sebagai bahan pengalaman dan pembelajaran baru dalam bidang industri sekolah olahraga bola voli agar selanjutnya dapat memberikan pengetahuan tambahan.
4. Menambah ilmu pengetahuan dan pemahaman yang belum diperoleh peneliti dalam perkuliahan biasa dengan membandingkan teori dengan praktik lapangan.
5. Menambah wawasan baru bagi peneliti mengenai sudut pandang industri sekolah olahraga bola voli yang telah ditunjukan oleh teori atau konsep sebelumnya.
6. Bagi Pengembangan Ilmu Manajemen
7. Penelitian ini diharapkan dapat memberi referensi untuk manajemen pemasaran secara umum dan khususnya tentang pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan.
8. Bagi Peneliti Lain
9. Sebagai bahan perbandingan antara teori yang telah didapat saat perkuliahan dengan realitas yang ada.
10. Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang khususnya ingin meneliti faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan selain citra perusahaan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

### 1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti
2. Peneliti mendapatkan pengalaman langsung dalam manajemen pemasaran pada bidang jasa dan lebih mengetahui tentang pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan pengguna jasa sekolah bola voli di Kota Bandung.
3. Peneliti memperoleh pengalaman tentang penelitian dan pengembangan wawasan kemampuan akademik dalam bidang manajemen pemasaran.
4. Peneliti dapat mengetahui bagaimana tanggapan pelanggan mengenai pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan.
5. Bagi Perusahaan
6. Hasil penelitian diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen
7. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dalam menangani masalah yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan
8. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan
9. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mengoptimalkan kualitas pelayanan
10. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan citra perusahaan
11. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan perusahaan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih meningkatkan pencapaian tujuan perusahaan.
12. Bagi Peneliti Lain
13. Membantu pembaca untuk mengetahui dan mengerti pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan.
14. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi atau sumbangan fikiran yang bermanfaat untuk para pembaca yang akan mengadakan penelitian pada bidang sejenis.
15. Sebagai masukan bagi peneliti lain yang sedang melakukan penelitian dengan bidang kajian yang sama.