

Customer Satisfaction with Sports Massage Services at Sharefit Sport Recovery Surabaya

Kepuasan Layanan Sport Massage Bagi Pelanggan Sport Recovery di Sharefit Surabaya

Muhammad Kharisun^{1*}

^{1*}Program Studi Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Surabaya
Jalan Lidah Wetan Kecamatan Lakarsantri Surabaya Jawa Timur 60213 Indonesia
muhammadkharisun20097@mhs.unesa.ac.id

Dr. Roy Januardi Irawan, S.Or., M.Kes.^{2*}

^{2*}Program Studi Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Surabaya
Jalan Lidah Wetan Kecamatan Lakarsantri Surabaya Jawa Timur 60213 Indonesia
royjanuardi@unesa.ac.id

ABSTRACT

This research aims to determine satisfaction with sports massage services for sports recovery customers at ShareFit Surabaya. This research uses a descriptive type with a quantitative approach. The data collection method uses a survey method with instruments in the form of questionnaires via interviews and Google forms with 31 statement items covering five dimensions of service quality (tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy) to measure satisfaction with sports massage customer services at ShareFit Surabaya. The sampling technique used total sampling with the research target being all ShareFit Surabaya sports massage customers, totaling 55 people. The data analysis technique uses quantitative descriptive data analysis in percentage form. The results of data analysis show that satisfaction with sports massage services for sports recovery customers at ShareFit Surabaya is in the "satisfied" category. A more detailed explanation of the research results for each dimension, the tangible dimension produced a score of 54.56% in the "satisfied" category. The reliability dimension produces a score of 47.29% in the "satisfied" category. The responsiveness dimension produces a score of 41.83% in the "very satisfied" category. The assurance dimension produces a score of 38.20% in the "satisfied" category. The empathy dimension produces a score of 34.54% in the "balanced satisfied and dissatisfied" category. With these results, the quality of service at ShareFit Surabaya sports massage is classified as good, however, ShareFit Surabaya management must always maintain and improve the quality of its service so that it can always meet customer satisfaction.

Keywords: sports massage, customer satisfaction, service quality

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan layanan sport massage bagi pelanggan sport recovery di ShareFit Surabaya. Penelitian ini menggunakan jenis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan instrumen berupa angket melalui wawancara dan google form sebanyak 31 butir pernyataan mencakup tentang lima dimensi kualitas layanan (tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy) untuk mengukur kepuasan layanan pelanggan sport massage di ShareFit Surabaya. Teknik sampling menggunakan total sampling dengan sasaran penelitian ini seluruh pelanggan sport massage ShareFit Surabaya yang berjumlah 55 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis data deskriptif kuantitatif dengan bentuk presentase. Hasil analisis data menunjukkan kepuasan layanan sport massage bagi pelanggan sport recovery di ShareFit Surabaya masuk dalam kategori "puas". Penjelasan lebih detail hasil penelitian pada masing-masing dimensi, dimensi tangible menghasilkan nilai 54,56% dengan kategori "puas". Dimensi reliability menghasilkan nilai 47,29% dengan kategori "puas". Dimensi responsiveness menghasilkan nilai 41,83% dengan kategori "sangat puas". Dimensi assurance menghasilkan nilai 38,20% dengan kategori "puas". Dimensi empathy menghasilkan nilai 34,54% dengan kategori "puas dan tidak puas seimbang". Dengan hasil ini kualitas layanan di sport massage ShareFit Surabaya tergolong baik, akan tetapi pihak manajemen ShareFit Surabaya harus senantiasa mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat selalu memenuhi kepuasan para pelanggan.

Kata kunci: sport massage, kepuasan pelanggan, kualitas layanan



I. Pendahuluan

Dalam era teknologi dan globalisasi, persaingan bisnis meningkat drastis, mendorong perusahaan untuk menjadi lebih orisinal dan kreatif dalam menyikapi persaingan dan mempertahankan kepuasan konsumen (Ayu Rizkia & Rahmawati, 2021). Bisnis di sector jasa, seperti perbankan, asuransi, pariwisata, dan pendidikan, berkembang pesat untuk memenuhi tuntutan masyarakat dan mencari kepuasan pelanggan (Lupiyoadi, 2020). Kualitas pelayanan, yang mencakup dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, menjadi strategi penting dalam mencapai tujuan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan (Saidani & Arifin, 2018).

Pelanggan merasa puas ketika mereka yakin bahwa kinerja produk memenuhi atau melampaui harapan mereka (Lovelock & Wright, 2020). Kepuasan juga dapat diartikan sebagai pemenuhan harapan konsumen (Kelvin et al., 2017). *ShareFit* Surabaya, sebuah *gym* yang baru dibuka sekitar empat bulan yang lalu, menawarkan berbagai kelas olahraga yang memerlukan pelatih dan personal *trainer* untuk memandu pelanggan dalam proses latihan (Root et al., 2019; Atkinson dan Nevill, 2020). Selain itu, mereka juga menawarkan kelas *Sport recovery* yang memerlukan terapis untuk memberikan pijat olahraga dan terapi chiropraktik (Kellmann et al., 2018). Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada kualitas layanan yang diberikan oleh *ShareFit* Surabaya, khususnya dalam penilaian klien terhadap kelas *Sport recovery*.

Pemulihan olahraga, atau pemulihan olahraga, adalah proses yang dilalui atlet untuk mendapatkan kembali kesejahteraan fisik dan emosionalnya setelah melakukan latihan fisik atau latihan olahraga yang berat. Tujuan pemulihan olahraga adalah untuk meningkatkan kemampuan tubuh dalam memperbaiki dan beradaptasi terhadap tekanan latihan, sehingga meningkatkan performa dan mencegah cedera (Pratama dan Roepajadi, 2019). *Sport recovery* di *ShareFit* Surabaya hanya menawarkan dua pilihan pemulihan cedera dari yang tercantum di atas: terapi pijat olahraga dan chiropraktik. Sedangkan di *ShareFit* Surabaya, terapi pijat olahraga dibagi menjadi dua bagian, yaitu terapi pijat relaksasi dan terapi pijat cedera. Terapi pijat olahraga untuk relaksasi adalah dengan merasakan otot-otot pasien yang tegang sehingga bergerak lebih baik, dan untuk cedera lebih fokus pada area cedera. Oleh karena itu, dalam *Sport recovery*, kualitas layanan sangat penting untuk mencapai kebahagiaan klien.

Berdasarkan pantauan di lapangan, lokasi tersebut memiliki fasilitas dan peralatan terapi yang memadai seperti minyak pijat, pijat bad,

infra merah, puluhan, dan USG. Fasilitas lainnya meliputi toilet, AC, pengharum ruangan, dan parkir gratis. Namun pada awal tahun 2024, jumlah pengunjung *sport massage sharefit sport recovery* Surabaya akan mengalami penurunan.

**Tabel 1. Jumlah Pengunjung *Sport recovery*
ShareFit Surabaya**

Bulan	Jumlah Pengunjung
November 2023	61
Desember 2023	57
Januari 2024	32
Februari 2024	30

Sumber: Sport recovery ShareFit Surabaya

Tabel di atas menggambarkan hal ini. Jumlah pengunjung *Sport recovery Sharefit* Surabaya per bulannya mengalami penurunan. Saat pertama kali dibuka pada November 2023, pengunjung *sport recovery* berjumlah 61 orang. Pada Desember 2023, konsumennya sebanyak 57 orang. Memasuki tahun 2024, jumlah pengunjung *Sport recovery* Surabaya mengalami penurunan drastis, yaitu sebanyak 32 pelanggan di bulan Januari dan 30 pelanggan di bulan Februari. Selain itu, pelanggan yang telah mendapatkan perawatan terapi pijat olahraga di *Sport recovery ShareFit* Surabaya masih mengeluhkan mengenai kekuatan terapis pijat, ritme pijatan, serta kurang lengkapnya peralatan yang tersedia di *Sport recovery ShareFit* Surabaya, seperti kurangnya peralatan bekam. . Singkatnya, belum ada terapis wanita. Dari hasil pantauan di lapangan, masih belum ada kotak saran atau sejenisnya untuk feedback kepuasan pelanggan. Penurunan jumlah pengunjung di *ShareFit Pemulihan Olahraga* Surabaya diduga disebabkan oleh penurunan kepuasan pelanggan, yang berdampak pada kualitas pelayanan yang diberikan.

Penelitian ini berfokus pada “Kepuasan Layanan *Sport massage* Bagi Pelanggan *Sport recovery* di *ShareFit* Surabaya” dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan dimensi *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty*. Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah memberikan bahan pembelajaran dan pengembangan bagi manajemen *ShareFit* Surabaya dalam meningkatkan kualitas layanan, khususnya pada kelas *Sport recovery*. Sementara manfaat praktisnya adalah memberikan solusi bagi pemilik dan manajemen *ShareFit* Surabaya dalam menangani

permasalahan yang muncul dan melakukan evaluasi bulanan terhadap kualitas pelayanan. Penelitian ini juga bertujuan untuk membantu para pemijat meningkatkan kualitas layanan mereka kepada klien. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi peneliti lain yang memiliki tujuan yang sama.

II. Metodologi Penelitian

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di *Sport recovery ShareFit* Surabaya yang beralamatkan di club house graha natura Lt 1, Lontar, kecamatan Sambikerep, Surabaya, Jawa timur 60216. Responden pada penelitian ini adalah seluruh pasien *Sport recovery ShareFit* Surabaya yang berjumlah 55 orang. Proses pengambilan data dilakukan pada tanggal 06- 20 Mei 2024.

B. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan instrumen berupa angket melalui wawancara dan *google form* sebanyak

31 butir pernyataan mencakup tentang lima dimensi kualitas layanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) untuk mengukur kepuasan layanan pelanggan *sport massage* di *ShareFit* Surabaya. Teknik sampling menggunakan *total sampling* dengan sasaran penelitian ini seluruh pelanggan *sport massage ShareFit* Surabaya yang berjumlah 55 orang.

C. Pengolahan Data

Data yang telah dikumpulkan akan diolah menggunakan jenis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

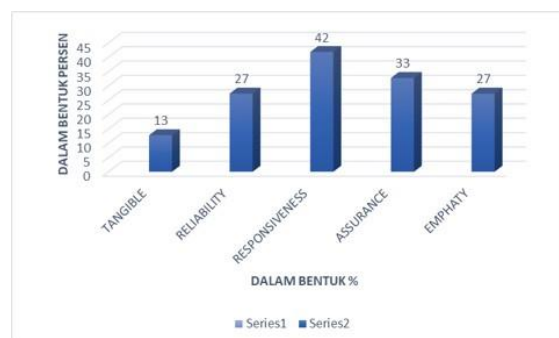
D. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan *sport massage* di *ShareFit* Surabaya. Setelah semua data dikumpulkan melalui kuesioner, data tersebut diedit, dikodekan, dan dianalisis menggunakan berbagai metode statistik seperti *mean*, median, modus, desil, *rate*, standar deviasi, dan estimasi *mean* dan standar deviasi. Analisis deskriptif dengan persentase digunakan untuk menghitung frekuensi dan persentase jawaban responden pada setiap pertanyaan kuesioner. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan dan terhadap setiap aspek layanan *sport*

massage. Skor yang diperoleh (dalam %) dengan analisis deskriptif presentase, dianalisis dengan tabel kriteria seperti yang ditunjukkan oleh (Icam Sutisna, 2020) dalam skala berikut: jika $X \geq M + 1,5 SD$, kategori adalah ‘Sangat setuju/Sangat puas’; jika $M + 0,5 SD \leq X < M + 1,5 SD$, kategori adalah ‘Setuju/puas’; jika $M - 1,5 SD \leq X < M - 0,5 SD$, kategori adalah ‘Tidak setuju/tidak puas’; dan jika $X < M - 1,5 SD$, kategori adalah ‘Sangat tidak setuju/sangat tidak puas’. Dimana M adalah mean (nilai rata-rata), X adalah skor, dan SD adalah standar deviasi. Hasil analisis ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pengelola ShareFit Surabaya dalam meningkatkan kualitas layanannya.

III. Hasil dan Pembahasan

Tingkat kepuasan pelayanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya mendapatkan nilai maksimal 100, nilai minimal 65, *median* 90, dan modus 98. *mean* memperoleh nilai 88 dan *standar deviasi* mendapat nilai 10. Informasi didapat dengan mensurvei lima aspek kualitas layanan untuk menggambarkan informasi.



Sumber: Data diolah

Gambar 1. Diagram hasil penelitian Kepuasan layanan *Sportmassage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya.

Hasil penelitian kepuasan pelayanan *Sport massage* bagi pelanggan *Sport recovery* di *ShareFit* Surabaya disajikan dalam bentuk deskripsi variabel yang berupa nilai maksimal, nilai minimal, *mean* (M), *median* (Me), modus (Mo), *standar deviasi* (SD), dan diagram distribusi frekuensi. Berikut ini adalah hasil rincian pengolahan data yang telah dilakukan yang ditinjau dari aspek-aspek berikut:

A. Kepuasan Layanan *Sport massage* Bagi Pelanggan *Sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan Dimensi *Tangible*

Tingkat kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Tangible*. Hasil penelitian mendapatkan nilai minimal 54 dan nilai maksimal 100. Nilai *median* 88 dan nilai modus sebesar 83. *Mean* memperoleh nilai sebesar 85 dan *standar deviasi* sebesar 11. Dari klasifikasi kategori yang sudah ditentukan, kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Tangible* sebagai berikut:

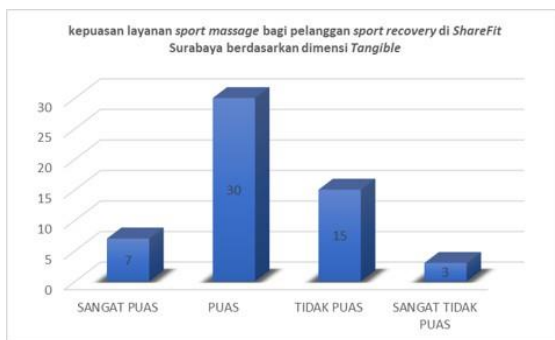
Tabel 2. Kepuasan Layanan *Sport Massage* Bagi Pelanggan *Sport Recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Tangible*

No	Kategori	Jumlah	Persentase
1	Sangat Puas	7	12,72%
2	Puas	30	54,56%
3	Tidak Puas	15	27,27%
4	Sangat Tidak Puas	3	5,45%
Total			100%

Sumber: Data diolah

Dari tabel 2 menunjukkan bahwasanya dari keseluruhan kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Tangible* terdapat 3 orang (5,45%) dalam kategori sangat tidak puas, terdapat 15 orang (27,27%) menyatakan tidak puas, terdapat 30 orang (54,54%) menyatakan puas dan terdapat 7 orang (12,72%) menyatakan sangat puas terhadap pelayanan dari segi dimensi *Tangible*.

Frekuensi yang paling banyak pada kategori puas, oleh sebab itu bisa disimpulkan tingkat kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Tangible* adalah Puas. Dari gambaran tabel 2 kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Tangible* disajikan dalam bentuk diagram berikut:



Sumber: Data diolah

Gambar 2. Diagram kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Tangible*.

B. Kepuasan Layanan *Sport massage* Bagi Pelanggan *Sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan Dimensi *Reliability*

Tingkat kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Reliability*. Hasil penelitian mendapatkan nilai minimal 50 dan nilai maksimal 100. Nilai *median* 89 dan nilai modus sebesar 100. *Mean* memperoleh nilai sebesar 88 dan *standar deviasi* sebesar 11. Dari klasifikasi kategori yang sudah ditentukan, kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Tangible* sebagai berikut:

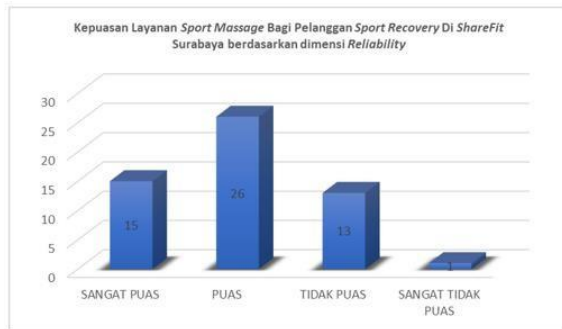
Tabel 3. Kepuasan Layanan *Sport Massage* Bagi Pelanggan *Sport Recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Reliability*

No	Kategori	Jumlah	Persentase
1	Sangat Puas	15	27,27%
2	Puas	26	47,29%
3	Tidak Puas	13	23,63%
4	Sangat Tidak Puas	1	1,81%
Total			100%

Sumber: Data diolah

Dari tabel 3 menunjukkan bahwasanya dari keseluruhan kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Reliability* terdapat 1 orang (1,81%) dalam kategori sangat tidak puas, terdapat 13 orang (23,63%) menyatakan tidak puas, terdapat 26 orang (47,29%) menyatakan puas dan terdapat 15 orang (27,27%) menyatakan sangat puas terhadap pelayanan dari segi dimensi *Reliability*.

Frekuensi yang paling banyak pada kategori puas, oleh sebab itu bisa disimpulkan tingkat kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Reliability* adalah Puas. Dari gambaran tabel 3 kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Reliability* disajikan dalam bentuk diagram berikut:



Sumber: Data diolah

Gambar 3. Diagram kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Reliability*.

C. Kepuasan Layanan *Sport massage* Bagi Pelanggan *Sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan Dimensi *Responsiveness*

Tingkat kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Reliability*. Hasil penelitian mendapatkan nilai minimal 67 dan nilai maksimal 100. Nilai *median* 92 dan nilai modus sebesar 100. *Mean* memperoleh nilai sebesar

88 dan *standar deviasi* sebesar 12. Dari klasifikasi kategori yang sudah ditentukan, kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Responsiveness* sebagai berikut:

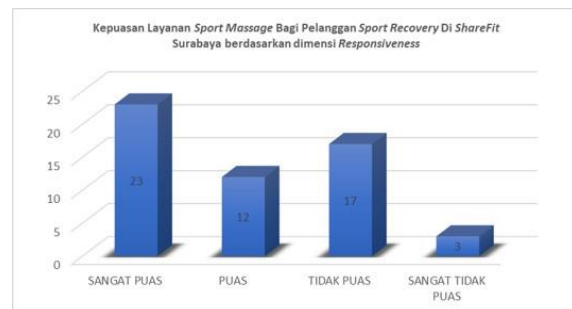
Tabel 4. Kepuasan Layanan *Sport Massage* Bagi Pelanggan *Sport Recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Responsiveness*

No	Kategori	Jumlah	Persentase
1	Sangat Puas	23	41,83%
2	Puas	12	21,81%
3	Tidak Puas	17	30,90%
4	Sangat Tidak Puas	3	5,45%
Total			100%

Sumber: Data diolah

Dari tabel 4 menunjukkan bahwasanya dari keseluruhan kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Responsiveness* terdapat 3 orang (5,45%) dalam kategori sangat tidak puas, terdapat 17 orang (30,90%) menyatakan tidak puas, terdapat 12 orang (21,81%) menyatakan puas dan terdapat 23 orang (41,83%) menyatakan sangat puas terhadap pelayanan dari segi dimensi *Responsiveness*.

Frekuensi yang paling banyak pada kategori Sangat Puas, oleh sebab itu bisa disimpulkan tingkat kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Responsiveness* adalah Sangat Puas. Dari gambaran tabel 4 kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Responsiveness* disajikan dalam bentuk diagram berikut:



Sumber: Data diolah

Gambar 4. Diagram kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Responsiveness*.

D. Kepuasan Layanan *Sport massage* Bagi Pelanggan *Sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan Dimensi *Assurance*

Tingkat kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Assurance*. Hasil penelitian mendapatkan nilai minimal 63 dan nilai maksimal 100. Nilai *median* 92 dan nilai modus sebesar 100. *Mean* memperoleh nilai sebesar 88 dan *standar deviasi* sebesar 11. Dari klasifikasi kategori yang sudah ditentukan, kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Assurance* sebagai berikut:

Tabel 5. Kepuasan Layanan *Sport Massage* Bagi Pelanggan *Sport Recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Assurance*

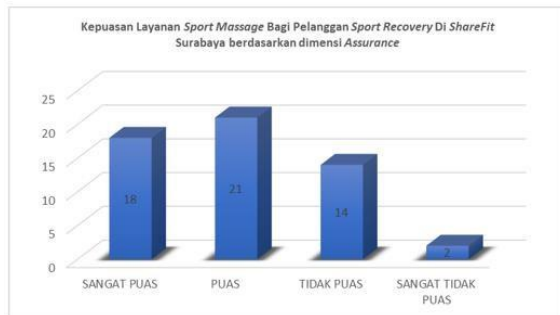
No	Kategori	Jumlah	Persentase
1	Sangat Puas	18	32,72%
2	Puas	21	38,20%
3	Tidak Puas	14	25,45%
4	Sangat Tidak Puas	2	3,63%
Total			100%

Sumber: Data diolah

Dari tabel 5 menunjukkan bahwasanya dari keseluruhan kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Assurance* terdapat 2 orang (3,63%) dalam kategori sangat

tidak puas, terdapat 14 orang (25,45%) menyatakan tidak puas, terdapat 21 orang (38,20%) menyatakan puas dan terdapat 18 orang (32,72%) menyatakan sangat puas terhadap pelayanan dari segi dimensi *Assurance*.

Frekuensi yang paling banyak pada kategori Puas, oleh sebab itu bisa disimpulkan tingkat kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Assurance* adalah Puas. Dari gambaran tabel 5 kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Assurance* disajikan dalam bentuk diagram berikut:



Sumber: Data diolah

Gambar 5. Diagram kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Assurance*.

E. Kepuasan Layanan *Sport massage* Bagi Pelanggan *Sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Emphaty*

Tingkat kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Emphaty*. Hasil penelitian mendapatkan nilai minimal 63 dan nilai maksimal 100. Nilai *median* 88 dan nilai modus sebesar 100. *Mean* memperoleh nilai sebesar 87 dan *standar deviasi* sebesar 11. Dari klasifikasi kategori yang sudah ditentukan, kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Emphaty* sebagai berikut:

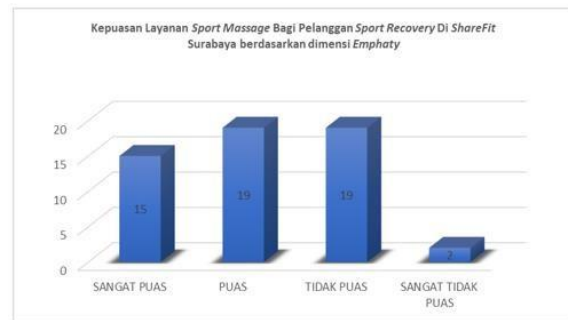
Tabel 6. Kepuasan Layanan *Sport Massage* Bagi Pelanggan *Sport Recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Emphaty*

No	Kategori	Jumlah	Persentase
1	Sangat Puas	15	27,27%
2	Puas	19	34,54%
3	Tidak Puas	19	34,54%
4	Sangat Tidak Puas	2	3,63%
Total			100%

Sumber: Data diolah

Dari tabel 6 menunjukkan bahwasanya dari keseluruhan kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Emphaty* terdapat 2 orang (3,63%) dalam kategori sangat tidak puas, terdapat 19 orang (34,54%) menyatakan tidak puas, terdapat 19 orang (34,54%) menyatakan puas dan terdapat 15 orang (27,27%) menyatakan sangat puas terhadap pelayanan dari segi dimensi *Emphaty*.

Frekuensi yang ditulis pada tabel 6 menunjukkan persamaan pada kategori puas dan tidak puas, oleh sebab itu bisa disimpulkan tingkat kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Emphaty* adalah sama antara pelanggan yang merasa puas dan tidak puas. Dari gambaran tabel 6 kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Assurance* disajikan dalam bentuk diagram berikut:



Sumber: Data diolah

Gambar 6. Diagram kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya berdasarkan dimensi *Emphaty*.

F. Pembahasan

Hasil analisis data penelitian menunjukkan bahwa secara umum, pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya merasa puas dengan layanan *sport massage* yang mereka terima. Hal ini sejalan dengan penelitian (Rasyid, 2017) yang mendefinisikan kualitas layanan sebagai penilaian pelanggan terhadap perbedaan antara layanan yang mereka harapkan dan yang mereka terima. Menurut (Hartono K.B., 2020), pengalaman pemasaran dan kualitas layanan memiliki dampak positif terhadap loyalitas pelanggan, yang diperkuat oleh kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Kualitas layanan atau *Servis Quality* (SERVQUAL) memiliki lima komponen utama: *tangible*, *reliability*,

responsiveness, assurance, dan empathy, seperti yang didukung oleh (Sriwidodo et al., 2020). Penelitian (Gea & Mendrofa, 2022) juga menjelaskan bahwa kualitas layanan meliputi *reliability, responsiveness, assurance, empathy*, dan *tangible*. Kesimpulannya, pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya merasa puas dengan layanan *sport massage* yang mereka terima.

Penelitian sebelumnya oleh (Hijeriah et al., 2022) mengidentifikasi beberapa indikator kualitas pelayanan jasa, termasuk bukti fisik, empati, kehandalan, ketanggapan, dan jaminan. Penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya merasa puas dengan layanan *sport massage*, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kebersihan ruangan dan alat *massage*, kesiapan *masseur* dan staf, dan kemudahan dalam sistem reservasi. Penelitian lain oleh (Afriansyah, 2019) menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan sebesar 83,8% dengan kategori sangat memuaskan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelayanan di *sport recovery* *ShareFit* Surabaya termasuk dalam kategori memuaskan dengan rata-rata hasil kepuasan sebesar 85%. Penelitian (Setianingsih & Susanti, 2021) juga menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pasien terhadap kualitas pelayanan kesehatan rumah sakit secara umum ditunjukkan dengan koefisien determinasi sebesar 82%.

Berdasarkan penelitian (Sriwidodo et al., 2020) dan (Maulana, 2020), *Tangible* atau bukti fisik merupakan aspek penting dalam penilaian kualitas layanan, mencakup fasilitas, peralatan, penampilan pegawai, dan presentasi visual. Dalam konteks layanan *sport massage* di *ShareFit* Surabaya, mayoritas pelanggan merasa puas dengan dimensi *Tangible*, meskipun ada sebagian yang belum puas, terutama terkait kelengkapan alat dan ketersediaan terapis perempuan. Penelitian lain oleh (Setianingsih & Susanti, 2021) dan (Pendidikan & Vol, 2021) juga menunjukkan bahwa *Tangible* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, baik dalam konteks layanan kesehatan maupun pendidikan. Meski demikian, hasil penelitian ini tidak sepenuhnya sejalan dengan penelitian lain, menunjukkan bahwa persepsi terhadap *Tangible* bisa berbeda tergantung pada konteks dan harapan pelanggan. Kesimpulannya, *Tangible* memainkan peran penting dalam menarik



pelanggan dan mempengaruhi kepuasan mereka, sebagaimana dijelaskan oleh (Yazid, 2021).

Berdasarkan penelitian (Sriwidodo et al., 2020) dan (Tjiptono, 2023), *Reliability* atau kehandalan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Dalam konteks layanan *sport massage* di *ShareFit* Surabaya, sebagian besar pelanggan merasa puas dengan dimensi *Reliability*, meskipun ada beberapa yang belum puas, terutama terkait dengan penjelasan *masseur* dan koordinasi antara *front office* dan *masseur*. Penelitian lain oleh (Anindya et al., 2021) dan (Marlius, 2018) juga menunjukkan bahwa *Reliability* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, baik dalam konteks layanan *laundry* maupun *website* akademik. Kesimpulannya, *Reliability* memainkan peran penting dalam kepuasan pelanggan, sebagaimana dijelaskan oleh (Yazid, 2021).

Responsiveness, atau ketanggapan, adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan dengan tanggap dan proaktif terhadap kebutuhan pelanggan, seperti yang dijelaskan oleh (Sriwidodo et al., 2020) dan (Parasuraman, 2017). Dalam konteks layanan *sport massage* di *ShareFit* Surabaya, sebagian besar pelanggan merasa sangat puas dengan dimensi *Responsiveness*, meskipun ada beberapa yang belum puas, terutama terkait dengan kekuatan dan ritme pijatan. Penelitian lain oleh (Alaan, 2016) dan (Nanda, 2018) juga menunjukkan bahwa *Responsiveness* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, baik dalam konteks layanan hotel maupun layanan kesehatan. Kesimpulannya, *Responsiveness* memainkan peran penting dalam kepuasan pelanggan dan dapat ditingkatkan melalui pelatihan dan pengembangan karyawan, sebagaimana dijelaskan oleh (Angkat & Yanti, 2023).

Berdasarkan penelitian (Sriwidodo et al., 2020) dan (Parasuraman, 2017), *Assurance* atau jaminan pelayanan adalah kemampuan penyedia jasa untuk membangkitkan rasa percaya dan keyakinan diri pada pelanggan bahwa mereka mampu memenuhi kebutuhan pelanggannya. Dalam konteks layanan *sport massage* di *ShareFit* Surabaya, sebagian besar pelanggan merasa puas dengan dimensi *Assurance*, meskipun ada beberapa yang belum puas, terutama terkait dengan kemampuan *masseur*.

dalam mengatasi masalah atau keluhan. Penelitian lain oleh (Supartiningsih, 2017) dan (Nur Sa'idu, 2023) juga menunjukkan bahwa *Assurance* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, baik dalam konteks layanan rumah sakit maupun pendidikan. Kesimpulannya, *Assurance* memainkan peran penting dalam kepuasan pelanggan dan dapat ditingkatkan melalui peningkatan kompetensi dan pengetahuan karyawan, sebagaimana dijelaskan oleh (Zeithaml, 2018).

Berdasarkan penelitian (Sriwidodo et al., 2020) dan (Zeithaml, 2018), *Empathy* atau empati adalah kemampuan penyedia jasa untuk memahami dan merespons perasaan, kebutuhan, dan keinginan pelanggan dengan baik. Dalam konteks layanan *sport massage* di *ShareFit* Surabaya, tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan dimensi *Empathy* seimbang antara yang merasa puas dan tidak puas. Beberapa pelanggan merasa harga *sport massage* belum terjangkau dan pelayanan masseur belum sesuai dengan permintaan mereka. Penelitian lain oleh (Anjayati, 2019) dan (Trimulyono, 2019) juga menunjukkan bahwa *Empathy* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, baik dalam konteks layanan puskesmas maupun laundry. Kesimpulannya, *Empathy* memainkan peran penting dalam kepuasan pelanggan dan dapat ditingkatkan melalui pelatihan komunikasi empati, pengembangan kesadaran diri dan kepekaan terhadap kebutuhan orang lain, serta pembangunan budaya organisasi yang mengutamakan kepedulian dan rasa hormat terhadap individu, sebagaimana dijelaskan oleh (Yazid, 2021).

IV. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari data yang telah diperoleh maka kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya pada masing-masing dimensi dengan mengambil nilai tertinggi yaitu: 1) dimensi *tangible* menghasilkan nilai 54,56% dengan jumlah 30 pelanggan merasa “puas”. 2) dimensi *reliability* nilai 47,29% dengan jumlah 26 pelanggan merasa “puas”. 3) dimensi *responsiveness* nilai 41,83% dengan jumlah 23 pelanggan merasa “sangat puas”. 4) dimensi *assurance* nilai 38,20% dengan jumlah 21 pelanggan merasa

“puas”. 5) dimensi *emphaty* dengan 2 nilai yang sama yaitu: 34,54% dengan jumlah 19 pelanggan merasa “puas dan merasa tidak puas”. Dari hasil penelitian ini bisa disimpulkan mengenai kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya adalah Puas.

V. Saran

Berdasarkan hasil dan tujuan penelitian tentang kepuasan layanan *sport massage* bagi pelanggan *sport recovery* di *ShareFit* Surabaya, peneliti menyarankan beberapa hal. Pertama, hasil penelitian dapat dijadikan acuan untuk pengelola *ShareFit* Surabaya, khususnya bagian *sport recovery*, untuk terus meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanannya guna memenuhi kepuasan pelanggan. Kedua, hasil ini juga dapat dijadikan bahan evaluasi bagi *masseur* untuk terus meningkatkan keterampilan dalam melayani pasien, sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan pada pelanggan. Ketiga, ada beberapa catatan untuk *masseur* dan manajemen *sport recovery* *ShareFit* Surabaya untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanannya, seperti menambah peralatan, melatih *masseur* dalam hal komunikasi, melatih kekuatan otot dan ritme pijatan *masseur*, serta meninjau ulang pelayanan yang diberikan oleh *masseur* agar sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP). Manajemen juga perlu mempertimbangkan kembali harga yang ditawarkan agar pelanggan semakin banyak dan merasa nyaman. Terakhir, peneliti menyarankan perlu dilakukan penelitian lebih mendalam dengan melibatkan beberapa variabel lainnya.

Daftar Pustaka

- [1] Afriansyah, M. F. 2019. Tingkat kepuasan members fitness terhadap pelayanan di tempat kebugaran balai kesehatan olahraga dan pusat informasi pencegahan penyakit metabolik (Bkor-Pippm) Kabupaten Lumajang. *Jurnal Kesehatan Olahraga*, 6(2), 370–377.
- [2] Alaan, Y. 2016. Responsiveness Dan Assurance Terhadap Customer Satisfaction : Penelitian Pada Hotel Serela Bandung. *Jurnal Manajemen*, 15(2).
- [3] Angkat, R. A., & Yanti, N. 2023. The Effect of Product and Service Quality on Customer Satisfaction Loyalty Priority Savings Bank Sumut Syariah Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Kepuasan Nasabah Tabungan Prioritas Bank Sumut

- Syariah. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(2), 245–252.
- [4] Anindya, A. P., Mindhayani, I., Studi, P., Industri, T., Mataram, U. W., Korespondensi, P., Pelayanan, K., & Quality, S. 2021. Analisis Kepuasan Pelanggan De Laundry Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 7(2), 129–136.
- [5] Anjayati, S. 2019. Review Artikel : Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Di Puskesmas Menggunakan Metode Servqual. *Jurnal Kesehatan*, 1.
- [6] Atkinson, G., & Nevill, A. M. 2020. Selected issues in the design and analysis of sport performance research. *Journal of Sports Sciences*, 19(10), 811–827.
<https://doi.org/10.1080/026404101317015447>.
- [7] Ayu Rizkia, A., & Rahmawati, S. 2021. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Anti Monopoli Dan Persaingan Bisnis Tidak Sehat : Globalisasi Ekonomi, Persaingan Usaha, Dan Pelaku Usaha. (Literature Review Etika). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 631–643. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.572>.
- [8] Gea, N. E., & Mendrofa, C. P. 2022. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan JNE. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 152–159.
<https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.26>.
- [9] Hartono K.B., dan S. L. 2020. Pengalaman Pemasaran Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Inovasi Pendidikan MH Thamrin*, 5, 1–19.
- [10] Hijeriah, E. M., Suryani, L., & Kurniawati, L. 2022. Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Pada PDAM Tirta Dumai Bersemai Kota Dumai. *Pendidikan Dan Konseling*, 4(4), 6430–6443.
- [11] I Islamy. 2019. Penelitian Survei. *Japanese Society of Biofeedback Research*, 19, 709–715.
https://doi.org/10.20595/jjbf.19.0_3.
- [12] Icam Sutisna. 2020. Statistika Penelitian. *Universitas Negeri Gorontalo*, 1–15.
[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/62615506/TEKNIK_ANALISIS_DATA_PENELITI AN_KUANTITATIF20200331-52854-1ovrvlw-libre.pdf?1585939192=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTeknik_Analisis_Data_Penelitian_Kuantita.pdf&Expires=1697869543&Signat](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/62615506/TEKNIK_ANALISIS_DATA_PENELITI%20AN_KUANTITATIF20200331-52854-1ovrvlw-libre.pdf?1585939192=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTeknik_Analisis_Data_Penelitian_Kuantita.pdf&Expires=1697869543&Signat).
- [13] Kellmann, M., Bertollo, M., Bosquet, L., Brink, M., Coutts, A. J., Duffield, R., Erlacher, D., Halson, S. L., Hecksteden, A., Heidari, J., Wolfgang Kallus, K., Meeusen, R., Mujika, I., Robazza, C., Skorski, S., Venter, R., &



- Beckmann, J. 2018. Recovery and performance in sport: Consensus statement. *International Journal of Sports Physiology and Performance*, 13(2), 240–245.
<https://doi.org/10.1123/ijsp.2017-0759>.
- [14] Lovelock & Wright. 2020. *Penggunaan google form sebagai alat penilaian kepuasan pelayanan*. 1–2.
- [15] Lupiyoadi, R. 2020. Dinamika Bisnis Jasa dan Pentingnya Pemasaran Jasa. *Veterinary Pathology*, 47(2), 202–213.
- [16] Marlius, D. 2018. PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN WEBSITE AKADEMIK TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PADA STIE “KBP.” *Research of Applied Science and Education*, 2, 116–128.
- [17] Maulana, F. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusat Kebugaran D'Gym Apita Cirebon. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 2(2), 1–10.
<https://doi.org/10.25134/ijsm.v2i2.197>.
- [18] Nanda, A. S. 2018. PENGARUH RESPONSIVENESS PERAWAT DALAM The Effect of Nurse 's Responsiveness in Therapeutic Communication Practice to In-Patient s ' Satisfaction at Haji Surabaya Hospital. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*, 6(2).
<https://doi.org/10.20473/jaki.v6i2.2018.173-179>
- [19] Nur Sa'idu. 2023. ANALISIS KUALITAS LAYANAN JASA PENDIDIKAN MADRASAH BINAAN KECAMATAN BRINGIN KABUPATEN SEMARANG MENGGUNAKAN SERVQUAL. *Jurnal Inovasi Riset Akademik*, 3(1), 1–9.
- [20] Parasuraman. 2017. SERVQUAL MODEL APPLIED TO HIGHER EDUCATION PUBLIC ADMINISTRATIVE SERVICES. *Brazilian Journal of Operations & Production Management*, 14, 338–349.
<https://doi.org/10.14488/BJOPM.2017.v14.n3.a.7>.
- [21] Pendidikan, J. I., & Vol, P. 2021. PERSEPSI KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAP KUALITAS LAYANAN PENDIDIKAN MADRASAH BINAAN KECAMATAN BRINGIN KABUPATEN SEMARANG TAHUN 2021. 1(3), 169–177.
- [22] Pratama, V. R., & Roepajadi, J. 2019. Pengaruh Masase Lokal Ekstremitas Bawah Terhadap Pemulihan Kekuatan Otot Tungkai. *Jurnal Kesehatan Olahraga*, 07(02), 71–78.
- [23] Rasyid, H. Al. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(2), 210–223.
<https://doi.org/10.31311/jeco.v1i2.2026>.

- [24] Root, H., Marshall, A. N., Thatcher, A., Snyder Valier, A. R., Valovich McLeod, T. C., & Curtis Bay, R. 2019. Sport specialization and fitness and functional task performance among youth competitive gymnasts. *Journal of Athletic Training*, 54(10), 1095–1104.
<https://doi.org/10.4085/1062-6050-397-18>.
- [25] Saidani, B., & Arifin, S. 2018. Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1–22.
- [26] Setianingsih, A., & Susanti, A. S. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Kesehatan TerhadapKepuasan Pasien Di Rumah Sakit “S.” *Menara Medika*, 4(1), 22–27.
<https://jurnal.umsb.ac.id/index.php/menaramedika/index>.
- [27] Sriwidodo, U., Tri, R., Bank, I. P., & Cabang Karanganyar, J. 2020. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 10(2), 164–173.
- [28] Supartiningsih, S. 2017. Kualitas Pelayanan an Kepuasan Pasien Rumah Sakit : Kasus Pada Pasien Rawat Jalan. *Jurnal Medicoeticolegal Dan Manajemen Rumah Sakit*, 6(1), 9–14.
<https://doi.org/10.18196/jmmr.6122>.Kualitas.
- [29] Tjiptono, F. 2023. Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Besar Kota Malang. *Islamic Economic and Finance Journal*, 4(1), 623–633.
- [30] Trimulyono, A. 2019. Analisis kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada penyediaan jasa laundry. *Jurnal Manajemen*.
- [31] Yazid. 2021. Pengaruh Kualitas Layanan Akademik dan Sidang Skripsi Secara Daring Terhadap Kepuasan Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Inovasi Pendidikan MH Thamrin*, 5(1), 1–12.
<https://doi.org/10.37012/jipmht.v5i1.528>.
- [32] Zeithaml. 2018. THE ROLE OF SERVICE QUALITY AND CUSTOMER SATISFACTION IN TOURISM INDUSTRY: A REVIEW OF SERVQUAL MODEL. *International Journal of Research and Analytical Reviews*, 5(4), 745–751.