

ABSTRAK

Perkembangan jasa kebugaran tubuh sebagai salah satu sektor jasa telah mengalami perkembangan seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya pola hidup sehat saat ini. Memiliki tubuh yang sehat dan penampilan menarik menjadi suatu hal yang telah menjadi *life style* berbagai kalangan masyarakat. Persaingan di bidang jasa kebugaran mendorong setiap penyedia jasa pusat kebugaran untuk menyediakan fasilitas dan karyawan yang mampu memahami keinginan pelanggannya, dengan harapan pelanggan yang ada menjalin hubungan jangka panjang/hubungan relasional dengan perusahaannya. Hasil pemasaran relasional (*relationship marketing outcomes*) sebagai hasil akhir yang diharapkan perusahaan memiliki output utama yaitu komunikasi mulut-ke-mulut oleh konsumen (*customer word-of-mouth communication*).

Dua pendekatan konseptual yang dapat digunakan untuk menjelaskan hasil pemasaran relasional adalah melalui pendekatan manfaat relasional (*relational benefits approach*) (Gwiner *et.al.*, 1998) dan pendekatan kualitas hubungan (*relationship quality approach*) (Crosby *et.al.*, 1990; Dorsch *et.al.*, 1998). Pendekatan manfaat relasional didasari asumsi agar hubungan jangka panjang bertahan, antara penyedia jasa dan pelanggan harus saling mendapatkan manfaat (*benefits*) dari hubungan tersebut. Sedangkan kualitas hubungan dari hubungan relasional dapat dilihat dari kepuasan pelanggan. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan atas hubungan relasional yang telah dijalinnya dengan penyedia jasa dapat dilihat dari kepuasan relasional (*relationship satisfaction*). Permasalahan yang diangkat dalam penelitian dijabarkan dalam empat pertanyaan penelitian yang secara singkat mempertanyakan pengaruh manfaat relasional yang dirasakan pelanggan terhadap perilaku komunikasi dari mulut ke mulut melalui kepuasan relasional pelanggan member pada Crystal Fitness & Aerobics Center di Surabaya.

Berdasarkan landasan teori yang digunakan dan rumusan masalah yang ada terdapat empat hipotesis yang akan diuji. Penelitian dilakukan pada 100 pelanggan dari kalangan member yang merupakan member aktif di Crystal Fitness & Aerobics Center pada saat dilakukan penelitian. Data primer dikumpulkan dengan cara survei yang dilakukan secara personal dengan menyebarkan kuesioner kepada sejumlah responden. Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah teknik analisis regresi bertahap untuk mengetahui adanya proses kausal.

Dari hasil analisis, hipotesis 1 hingga hipotesis 4 diterima sebagai dari hasil penelitian. Dari hasil pengujian hipotesis diperoleh rasa percaya pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan relasional pelanggan (hipotesis 1). Hubungan sosial berpengaruh terhadap kepuasan relasional pelanggan (hipotesis 2). Perlakuan khusus berpengaruh terhadap kepuasan relasional pelanggan (hipotesis 3). Kepuasan relasional pelanggan berpengaruh terhadap komunikasi dari mulut ke mulut pelanggan (hipotesis 4).