



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**PERAN *PECEIVED VALUE* DALAM MEMEDIASI
PENGARUH PROGRAM *MEMBERSHIP* TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN HARINI STUDIO (*BODY FIT FOR
WOMAN*)**



NURAINI HALIZA

NIM : 2205421100

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2026



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRAK

NURAINI HALIZA. *Peran Perceived Value dalam Memediasi Pengaruh Program Membership terhadap Loyalitas Pelanggan Harini Studio (Body Fit for Woman)*. Skripsi. Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta, 2026.

Persaingan bisnis jasa kebugaran yang semakin meningkat menuntut penyedia layanan untuk mampu mempertahankan pelanggan melalui strategi yang memberikan nilai tambah. Harini Studio (*Body Fit for Woman*) mengalami penurunan jumlah pelanggan *membership* selama tiga tahun terakhir, sehingga diperlukan upaya untuk meningkatkan Loyalitas Pelanggan melalui program *membership* dan *perceived value*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis peran *Perceived Value* dalam memediasi pengaruh Program *Membership* terhadap Loyalitas Pelanggan Harini Studio (*Body Fit for Woman*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang bersifat *cross-sectional*. Teknik pengambilan sampel adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 129 responden yang merupakan pelanggan aktif Harini Studio (*Body Fit for Woman*) dan pernah menggunakan program *membership*. Data penelitian diolah menggunakan metode *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Program *Membership* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Value*, *Perceived Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, serta Program *Membership* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Selain itu, *Perceived Value* terbukti mampu memediasi secara parsial pengaruh Program *Membership* terhadap Loyalitas Pelanggan. Artinya, semakin baik manfaat yang diberikan melalui program *membership*, semakin tinggi *perceived value* yang dirasakan pelanggan sehingga mampu meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Harini Studio (*Body Fit for Woman*).

Kata kunci: Loyalitas Pelanggan, Program *Membership*, *Perceived Value*, Mediasi, SEM-PLS.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

NURAINI HALIZA. *The Role of Perceived Value in Mediating the Effect of the Membership Program on Customer Loyalty at Harini Studio (Body Fit for Woman). Undergraduate Thesis. Applied Business Administration Study Program, Department of Business Administration, Politeknik Negeri Jakarta, 2026.*

The increasing competition in the fitness service industry requires service providers to implement effective strategies to maintain customer loyalty. Harini Studio (Body Fit for Woman) has experienced a decline in the number of membership customers over the past three years, indicating the need to strengthen customer loyalty through an effective membership program and enhanced perceived value. This study aims to examine and analyze the role of Perceived Value in mediating the effect of the Membership Program on Customer Loyalty at Harini Studio (Body Fit for Woman). This study employed a quantitative approach using a cross-sectional survey method. The sampling technique used was non-probability sampling with a purposive sampling method, involving 129 respondents who were active customers of Harini Studio (Body Fit for Woman) and had participated in the membership program. The data were analyzed using the Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) method with SmartPLS 4 software. The results indicate that the Membership Program has a positive and significant effect on Perceived Value, Perceived Value has a positive and significant effect on Customer Loyalty, and the Membership Program has a positive and significant effect on Customer Loyalty. Furthermore, Perceived Value partially mediates the effect of the Membership Program on Customer Loyalty. These findings indicate that the better the benefits provided through the membership program, the higher the perceived value perceived by customers, which ultimately enhances customer loyalty at Harini Studio (Body Fit for Woman).

Keywords : Customer Loyalty, Membership Program, Perceived Value, Mediation, SEM-PLS.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi yang berjudul “Peran *Perceived Value* dalam Memediasi Pengaruh Program *Membership* terhadap Loyalitas Pelanggan Harini Studio (*Body Fit for Woman*)”. Proposal ini disusun untuk memenuhi persyaratan penyusunan skripsi dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr) pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Politeknik Negeri Jakarta. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan proposal ini ada partisipasi yang terlibat, dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.
3. Yanita Ella Nilla Chandra, S.A.B., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Terapan yang telah memberikan arahan selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
4. Risya Zahrotul Firdaus, S.I.Kom, M.Si. selaku dosen pembimbing satu yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan, serta masukan kepada penulis.
5. Yoshua Ardy Putra, S.Si., M.T. selaku dosen pembimbing dua yang telah meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan, serta masukan kepada penulis.
6. Kepada orang tua penulis, Bapak Muhammad Harsono dan Ibu Harini Pranatingsih yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat, serta kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Penulis juga menyadari bahwa tanpa doa, dukungan, dan pengorbanan yang telah diberikan, penulis tidak akan mampu menjalankan dan menyelesaikan penelitian ini dengan lancar.
7. Teman – teman saya diluar perkuliahan yang telah memberikan bantuan, dukungan, selama penyusunan skripsi.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

8. Teman – teman ABT 8D yang membantu dalam penyusunan penelitian ini baik melalui diskusi, saran dan memberikan dukungan moral.
9. Seluruh pihak yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun pembaca.

Depok, 3 Juli 2026

Penulis,

Nuraini Haliza

NIM 2205421100

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.5.2 Manfaat Teoritis.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Kerangka Teori.....	9
2.1.1 Program <i>Membership</i>	9
2.1.2 <i>Perceived value</i>	11
2.1.3 Loyalitas Pelanggan.....	13
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan	16
2.3 Perumusan Hipotesis.....	20
2.4 Kerangka Konseptual	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	25
3.1.1 Waktu Penelitian.....	25
3.1.2 Tempat Penelitian	25

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.2 Kerangka Penelitian	26
3.3 Metode Penelitian	27
3.3.1 Populasi dan Sampel	27
3.3.2 Jenis dan Sumber Data	30
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data	31
3.3.4 Instrumen Penelitian	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Hasil <i>Pilot Test</i>	40
4.1.1 Uji Reabilitas <i>Pilot Test</i>	40
4.1.2 Uji Validitas <i>Pilot Test</i>	44
4.2 Hasil Rekapitulasi Data	45
4.2.1 Karakteristik Responden	45
4.2.2 Data Responden Berdasarkan Variabel Penelitian	50
4.3 Hasil Analisis Data	64
4.3.2 Uji Outer Model	65
4.3.2 Uji Inner Model	71
4.4 Pembahasan	77
4.4.1 Pengaruh Program <i>Membership</i> terhadap <i>Perceived value</i>	77
4.4.2 Pengaruh <i>Perceived value</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	78
4.4.3 Pengaruh Program <i>Membership</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	79
BAB V PENUTUP	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	87
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	95



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penurunan jumlah pelanggan program <i>membership</i> pada Harini Studio (<i>Body Fit for Woman</i>)	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Scoring Skala Likert	33
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian	34
Tabel 4. 1 Hasil Outer Loadings Convergent Validity Pilot Test	40
Tabel 4. 2 Nilai Outer Loading Setelah Penghapusan	42
Tabel 4. 3 Hasil AVE Pilot Test	43
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas Pilot Test	43
Tabel 4. 5 Hasil Cross Loading Uji Validitas Diskriminan Pilot Test	44
Tabel 4. 6 Kategori Skoring	51
Tabel 4. 7 Tabel Data Variabel Program Membership (X)	51
Tabel 4. 8 Tabel Data Variabel Perceived value (Z)	56
Tabel 4. 9 Tabel Data Variabel Loyalitas Pelanggan	61
Tabel 4. 10 Hasil Outer Loadings	66
Tabel 4. 11 Hasil AVE	67
Tabel 4. 12 Nilai Cronbach's Alpha Uji Reliabilitas	68
Tabel 4. 13 Nilai Composite Reliability Uji Reliabilitas	69
Tabel 4. 14 Hasil Cross Loading Uji Discriminant Validity	70
Tabel 4. 15 Hasil Path Coefficient Direct Effect	72
Tabel 4. 16 Hasil Uji Hipotesis Direct Effect	72
Tabel 4. 17 Hasil Path Coefficient Bootstrapping Indirect Effect	74
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Effect Size (F2)	75
Tabel 4. 19 Hasil Uji R-Square (R2)	76

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pertumbuhan Unit Usaha Jasa Kebugaran Di Indonesia	1
Gambar 1.2 Program VIP <i>Membership</i> Harini Studio (<i>Body Fit for Woman</i>)	2
Gambar 1.3 Pra Riset Sumber: Data Diolah Penulis, 2026	4
Gambar 1.4 Pra Riset Sumber: Data Diolah Penulis, 2026	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	23
Gambar 3.1 Diagram Aliran Penelitian	26
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia	46
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Domisili	47
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Gambar 4.5 Responden Member Aktif Harini Studio (<i>Body Fit for Woman</i>)	48
Gambar 4.6 Responden Lama Menjadi Member	49
Gambar 4.7 Responden Jenis Kelas yang Sering Diikuti	49
Gambar 4.8 Model Latent Variabel Larent.....	65
Gambar 4.9 Output Model SEM PLS Algorithm	77

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2 Tabulasi Data	93



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Meningkatnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga kesehatan dan kebugaran tubuh membuat gaya hidup masyarakat berubah menjadi lebih sehat. Hal tersebut terlihat dari semakin besarnya minat masyarakat untuk melakukan aktivitas olahraga secara rutin sebagai bagian dari gaya hidup dan kebutuhan sehari-hari. Menurut Hindarwati dkk. (2023) menyatakan bahwa perkembangan gaya hidup sehat menyebabkan permintaan masyarakat terhadap layanan pusat kebugaran terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Kondisi tersebut mendorong munculnya berbagai usaha jasa kebugaran yang menawarkan fasilitas serta program layanan yang beragam untuk menarik minat pelanggan.



Gambar 1.1 Data Pertumbuhan Unit Usaha Jasa Kebugaran Di Indonesia

Sumber: Badan Pusat Statistik & Kemenparekraf (data diolah), 2026

Pertumbuhan sektor jasa kebugaran yang terus meningkat dapat dilihat pada Gambar 1.1. Kondisi tersebut menyebabkan tingkat persaingan antar pelaku usaha jasa kebugaran menjadi semakin ketat. Oleh karena itu setiap pelaku usaha dituntut untuk mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan agar dapat bertahan di tengah persaingan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan perusahaan adalah membangun loyalitas pelanggan melalui pelayanan dan pengalaman yang baik sehingga pelanggan tetap menggunakan jasa yang ditawarkan.

Loyalitas pelanggan menjadi salah satu faktor penting dalam keberlangsungan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

usaha pada sektor jasa kebugaran. Pelanggan yang loyal cenderung melakukan pembelian ulang, memperpanjang program *membership*, serta merekomendasikan layanan kepada orang lain. Menurut Hindarwati dkk. (2023), loyalitas pelanggan pada jasa kebugaran dapat membantu perusahaan mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang di tengah persaingan usaha yang semakin ketat. Maka dari itu pelaku usaha jasa kebugaran perlu memahami faktor-faktor yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan agar mampu menciptakan hubungan yang baik dan berkelanjutan dengan pelanggan, tidak terkecuali Harini Studio (*Body Fit for Woman*).



Gambar 1.2 Program VIP Membership Harini Studio (*Body Fit for Woman*)

Sumber: Instagram Harini Studio (2026)

Harini Studio (*Body Fit for Woman*) merupakan salah satu usaha jasa kebugaran wanita di daerah Depok yang menyediakan berbagai program olahraga dan kelas kebugaran bagi perempuan. Salah satu strategi yang dilakukan Harini Studio (*Body Fit for Woman*) untuk meningkatkan loyalitas pelanggan adalah melalui program *membership* yang memberikan berbagai keuntungan khusus seperti potongan harga, promo tertentu, bonus kelas, dan kemudahan layanan lainnya. Gambar 1.2 menunjukkan program *VIP Membership* yang ditawarkan oleh Harini Studio (*Body Fit for Woman*) dengan biaya sebesar Rp500.000 untuk akses kelas tanpa batas selama satu bulan serta mencakup berbagai jenis kelas seperti *zumba*, *pilates flow*, *mat pilates*, *belly dance*, *pound*, *basic yoga*, *barre*, dan *aero*



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

boxing. Melalui program *membership* tersebut, Harini Studio (*Body Fit for Woman*) berupaya memberikan nilai lebih kepada pelanggan sekaligus mempertahankan loyalitas pelanggan agar tetap menggunakan layanan yang tersedia.

Program *membership* tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga dapat memberikan nilai lebih bagi pelanggan. Pelanggan akan menilai apakah manfaat yang diterima dari *membership* sesuai dengan biaya yang mereka keluarkan. Penilaian pelanggan terhadap manfaat dan pengorbanan tersebut dikenal sebagai *perceived value*. *Perceived value* menjadi penting karena pelanggan cenderung mempertimbangkan nilai yang mereka rasakan sebelum memutuskan untuk memperpanjang *membership* atau tetap menggunakan suatu layanan (Janati & Kusmayadi, 2024).

Perceived value merupakan persepsi pelanggan mengenai manfaat yang dibandingkan dengan biaya atau pengorbanan yang dikeluarkan untuk memperoleh suatu layanan. Dalam konteks jasa kebugaran, pelanggan akan menilai apakah fasilitas, pelayanan, program latihan, serta keuntungan *membership* yang diberikan sudah sesuai dengan harapan mereka. Apabila pelanggan merasa bahwa *membership* memberikan manfaat yang baik dan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan, maka pelanggan akan cenderung merasa nyaman dan tetap menggunakan layanan tersebut. Sebaliknya apabila pelanggan merasa manfaat yang diperoleh kurang sesuai, maka pelanggan dapat memilih untuk tidak memperpanjang *membership* dan beralih ke tempat lain (Faiza & Rachman, 2024).

Harini Studio (*Body Fit for Woman*) menawarkan beberapa pilihan program *membership* yang bertujuan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Namun berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti, jumlah *membership* pada Harini Studio (*Body Fit for Woman*) mengalami penurunan dalam beberapa tahun terakhir. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kemungkinan penurunan loyalitas pelanggan pada Harini Studio.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Tabel 1. 1 Penurunan jumlah pelanggan program *membership* pada Harini Studio (*Body Fit for Woman*)

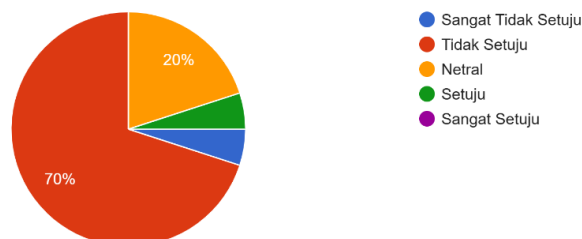
Tahun	Jumlah Pelanggan <i>Program Membership</i> Aktif	Jumlah Pelanggan <i>Program Membership</i> Baru	Jumlah Pelanggan <i>Program Membership</i> Lama
2023	292	48	244
2024	256	37	219
2025	200	25	175

Sumber : Data diolah (2025)

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa selama 3 (tiga) tahun terakhir jumlah pelanggan *program membership* pada Harini Studio (*Body Fit for Woman*) mengalami penurunan. Pada tahun 2023 jumlah pelanggan aktif tercatat sebanyak 292 pelanggan, kemudian menurun menjadi 256 pelanggan pada tahun 2024, dan kembali mengalami penurunan menjadi 200 pelanggan pada tahun 2025. Penurunan tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat pelanggan yang tidak melakukan perpanjangan keanggotaan sehingga mengindikasikan kurangnya loyalitas pelanggan terhadap Harini Studio (*Body Fit for Woman*).

Guna memperkuat fenomena yang telah dipaparkan, peneliti melakukan *pra-survey* terhadap 20 responden yang merupakan pelanggan Harini Studio (*Body Fit for Woman*) dan pernah mengikuti *program membership*. *Pra-survey* dilakukan untuk mengetahui kecenderungan loyalitas pelanggan terhadap keberlanjutan penggunaan *membership* pada Harini Studio (*Body Fit for Woman*). Jawaban hasil *pra-survey* kemudian dirangkum dalam beberapa diagram sebagai pendukung fenomena penelitian.

Saya berniat memperpanjang *membership* di Harini Studio (*Body Fit for Woman*)
20 jawaban



Gambar 1.3 Pra Riset

Sumber: Data Diolah Penulis, 2026

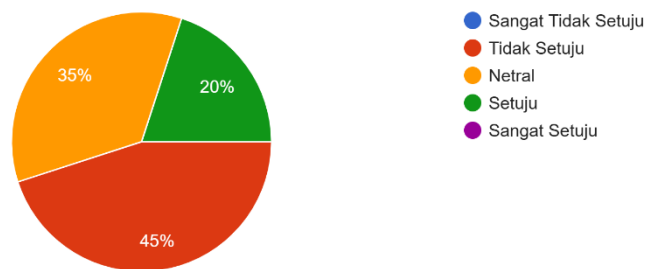


Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Berdasarkan hasil *pra-survey* pada Gambar 1.3, sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka tidak melanjutkan atau tidak memperpanjang *membership* pada Harini Studio (*Body Fit for Woman*). Hasil tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat pelanggan yang memilih untuk berhenti menggunakan program *membership* setelah masa keanggotaan berakhir. Kondisi ini mengindikasikan kurangnya loyalitas pelanggan terhadap Harini Studio (*Body Fit for Woman*).

Biaya *membership* sesuai dengan fasilitas yang saya dapatkan
20 jawaban



Gambar 1.4 Pra Riset

Sumber: Data Diolah Penulis, 2026

Adapun alasan utama responden tidak melanjutkan *membership* seperti pada Gambar 1.4 adalah karena harga *membership* dinilai belum sesuai dengan manfaat dan fasilitas yang diperoleh. Sebagian responden merasa bahwa *benefit membership* yang diberikan masih kurang sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya permasalahan pada *perceived value* pelanggan terhadap program *membership* Harini Studio (*Body Fit for Woman*), di mana pelanggan menilai manfaat yang diterima belum memenuhi harapan mereka secara optimal.

Hindarwati dkk. (2023) menyatakan bahwa program *membership* dapat meningkatkan loyalitas pelanggan pada jasa kebugaran melalui pemberian manfaat dan keuntungan khusus bagi pelanggan. Selain itu Komalasari dkk. (2024) juga menjelaskan bahwa *perceived value* memiliki peran penting dalam membentuk loyalitas pelanggan karena pelanggan akan cenderung bertahan apabila manfaat yang diterima sesuai dengan harapan dan biaya yang dikeluarkan. Namun penelitian yang membahas *perceived value* sebagai variabel *intervening* dalam hubungan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

antara program *membership* dan loyalitas pelanggan, khususnya pada UMKM jasa kebugaran wanita, masih tergolong terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak menggunakan variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening* dalam hubungan antara program *membership* dan loyalitas pelanggan.

Selain itu penelitian mengenai loyalitas pelanggan pada jasa kebugaran wanita juga masih belum banyak dilakukan, padahal pelanggan pada jasa kebugaran wanita memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan pelanggan jasa kebugaran pada umumnya. Pelanggan pada jasa kebugaran wanita cenderung lebih mempertimbangkan kenyamanan, manfaat layanan, suasana tempat, serta kesesuaian manfaat *membership* dengan biaya yang dikeluarkan. Oleh karena itu penelitian mengenai *perceived value* pada jasa kebugaran wanita menjadi penting untuk dilakukan.

Pemilihan Harini Studio (*Body Fit for Woman*) sebagai objek penelitian didasarkan pada adanya fenomena penurunan jumlah *membership* yang terjadi dalam beberapa tahun terakhir. Selain itu Harini Studio (*Body Fit for Woman*) juga menerapkan sistem *membership* sebagai salah satu strategi utama dalam mempertahankan pelanggan sehingga relevan dengan variabel penelitian yang digunakan. Dengan adanya fenomena tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh program *membership* terhadap loyalitas pelanggan melalui *perceived value* pada Harini Studio (*Body Fit for Woman*).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terjadi penurunan jumlah pelanggan *membership* pada Harini Studio (*Body Fit for Woman*) dari tahun 2023 hingga 2025.
2. Masih terdapat pelanggan Harini Studio (*Body Fit for Woman*) yang tidak melakukan perpanjangan *membership*.
3. Manfaat program *membership* pada Harini Studio (*Body Fit for Woman*) dinilai kurang menarik oleh sebagian pelanggan.
4. Biaya *membership* pada Harini Studio (*Body Fit for Woman*) dinilai belum sebanding dengan manfaat dan fasilitas yang diperoleh pelanggan.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *program membership* berpengaruh terhadap *perceived value* pada Harini Studio (*Body Fit for Woman*)?
2. Apakah *perceived value* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Harini Studio (*Body Fit for Woman*)?
3. Apakah *program membership* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Harini Studio (*Body Fit for Woman*)?
4. Apakah *perceived value* mampu memediasi pengaruh *program membership* terhadap loyalitas pelanggan pada Harini Studio (*Body Fit for Woman*)?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh program *membership* terhadap *perceived value* pada Harini Studio (*Body Fit for Woman*).
2. Untuk mengetahui pengaruh program *perceived value* terhadap loyalitas pelanggan pada Harini Studio (*Body Fit for Woman*).
3. Untuk mengetahui pengaruh program *membership* terhadap loyalitas pelanggan pada Harini Studio (*Body Fit for Woman*).
4. Untuk mengetahui peran *perceived value* sebagai variable intervening dalam hubungan antara program *membership* dan loyalitas pelanggan

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pemikiran dan pemahaman mengenai pengaruh program *membership* dan *perceived value* terhadap loyalitas pelanggan pada Harini Studio (*Body Fit for Woman*). Manfaat dari penelitian ini dapat dirinci sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Adapun manfaat teoritis terhadap penelitian ini sebagai berikut:

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

mengenai program *membership*, *perceived value*, dan loyalitas pelanggan.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan pada UMKM jasa kebugaran wanita.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai pengaruh program *membership* dan *perceived value* terhadap loyalitas pelanggan.

1.5.2 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya program *membership* dan *perceived value* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada UMKM jasa, khususnya pada UMKM jasa kebugaran wanita. Manfaat praktis dari penelitian ini dapat dirinci sebagai berikut:

- a. Bagi Peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, serta pengalaman peneliti dalam menerapkan teori manajemen pemasaran, khususnya mengenai pengaruh program *membership* dan *perceived value* terhadap loyalitas pelanggan pada Harini Studio (*Body Fit for Woman*).
- b. Bagi Pelaku Usaha, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi Harini Studio (*Body Fit for Woman*) maupun pelaku usaha jasa kebugaran lainnya dalam menyusun strategi *membership* yang lebih efektif untuk meningkatkan *perceived value* dan loyalitas pelanggan.
- c. Bagi Konsumen, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi konsumen Harini Studio (*Body Fit for Woman*) melalui peningkatan kualitas program *membership* dan pelayanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan serta harapan pelanggan.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *Program Membership* terhadap Loyalitas Pelanggan melalui *Perceived value* pada Harini Studio (*Body Fit for Woman*), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

- a. Program *Membership* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Value*. Selain itu, variabel Program *Membership* memiliki pengaruh yang besar terhadap *Perceived Value*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik Program *Membership* yang diberikan Harini Studio (*Body Fit for Woman*), maka semakin tinggi pula nilai yang dirasakan pelanggan terhadap layanan yang diterima. Berdasarkan hasil kuesioner, mayoritas responden menyatakan bahwa Program *Membership* memberikan manfaat finansial, kemudahan dalam mengakses layanan, serta mendorong keinginan untuk mempertahankan membership. Manfaat tersebut membuat pelanggan merasa bahwa layanan yang diterima sebanding bahkan melebihi biaya yang mereka keluarkan sehingga meningkatkan *Perceived Value*.
- b. *Perceived Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Meskipun demikian, berdasarkan hasil *effect size* (F^2), pengaruh *Perceived Value* terhadap Loyalitas Pelanggan tergolong kecil. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai yang dirasakan pelanggan, maka Loyalitas Pelanggan akan meningkat, walaupun masih terdapat faktor lain yang turut memengaruhi loyalitas. Berdasarkan hasil kuesioner, sebagian besar responden merasa senang menggunakan layanan Harini Studio (*Body Fit for Woman*), menilai kualitas program olahraga yang diberikan baik, serta menganggap manfaat yang diperoleh sesuai dengan biaya yang dibayarkan. Penilaian positif tersebut mendorong pelanggan untuk tetap menggunakan layanan dan mempertahankan loyalitas terhadap Harini Studio (*Body Fit for Woman*).
- c. Program *Membership* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan serta memiliki pengaruh yang besar. Hal ini menunjukkan bahwa



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

semakin baik manfaat dan keuntungan yang diberikan melalui program *membership*, maka semakin tinggi pula Loyalitas Pelanggan terhadap Harini Studio (*Body Fit for Woman*). Berdasarkan hasil kuesioner, mayoritas responden menyatakan bersedia kembali menggunakan layanan, memperpanjang *membership*, serta merekomendasikan Harini Studio (*Body Fit for Woman*) kepada teman maupun keluarga. Hasil tersebut menunjukkan bahwa manfaat yang diberikan melalui program *membership* mampu mendorong pelanggan untuk tetap menggunakan layanan dan menunjukkan perilaku loyal terhadap Harini Studio (*Body Fit for Woman*).

- d. *Perceived Value* terbukti mampu memediasi pengaruh Program *Membership* terhadap Loyalitas Pelanggan secara parsial (*partial mediation*). Hal ini menunjukkan bahwa Program *Membership* dapat meningkatkan Loyalitas Pelanggan secara langsung maupun secara tidak langsung melalui peningkatan *Perceived Value* yang dirasakan pelanggan. Berdasarkan hasil kuesioner, pelanggan tidak hanya merasakan manfaat dari program *membership*, tetapi juga menilai bahwa manfaat tersebut memberikan nilai yang baik dibandingkan biaya yang dibayarkan. Penilaian positif tersebut kemudian mendorong pelanggan untuk tetap menggunakan layanan, memperpanjang *membership*, serta merekomendasikan Harini Studio (*Body Fit for Woman*) kepada orang lain, sehingga *Perceived Value* berperan dalam memperkuat Loyalitas Pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh Program *Membership* terhadap Loyalitas Pelanggan melalui *Perceived value* pada Harini Studio (*Body Fit for Woman*), maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut.

a. Saran Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut beberapa saran teoritis yang diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.

1. Penelitian ini hanya membahas pengaruh Program *Membership* terhadap Loyalitas Pelanggan dengan *Perceived value* sebagai variabel mediasi.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang juga berpotensi memengaruhi Loyalitas Pelanggan, seperti kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), kualitas pelayanan (*service quality*), kepercayaan pelanggan (*customer trust*), pengalaman pelanggan (*customer experience*), atau citra merek (*brand image*).

2. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat memperluas objek penelitian pada pusat kebugaran atau perusahaan jasa lainnya sehingga hasil penelitian dapat dibandingkan dengan karakteristik pelanggan yang berbeda dan menghasilkan temuan yang lebih luas.

b. Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut beberapa saran praktis yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi Harini Studio (*Body Fit for Woman*) dan pihak terkait.

1. Harini Studio (*Body Fit for Woman*) disarankan untuk terus meningkatkan kualitas program *membership* dengan memberikan manfaat yang lebih menarik, seperti potongan harga 10–15% untuk perpanjangan *membership*, potongan harga kelas tambahan di luar paket *membership*, serta program referral berupa diskon atau satu kali kelas gratis bagi anggota yang berhasil mengajak teman bergabung. Selain itu, Harini Studio dapat menerapkan program poin yang dapat ditukarkan dengan hadiah, seperti *merchandise* atau potongan biaya perpanjangan *membership*, serta menyelenggarakan kelas eksklusif, seperti *Pilates Reformer* dan *workshop* kesehatan Wanita. Saran tersebut diberikan karena berdasarkan hasil kuesioner, responden merasakan manfaat program *membership*, namun masih terdapat responden yang belum rutin memanfaatkan seluruh fasilitas yang tersedia dan masih mempertimbangkan manfaat yang diperoleh dibandingkan biaya yang dibayarkan.
2. Harini Studio (*Body Fit for Woman*) juga disarankan untuk meningkatkan *Perceived Value* pelanggan dengan menjaga kebersihan fasilitas, kenyamanan ruang latihan, keramahan instruktur, serta memberikan pelayanan yang lebih personal, seperti konsultasi kebugaran, evaluasi perkembangan latihan secara berkala, dan penyampaian informasi kelas



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

atau promo melalui media sosial maupun *WhatsApp*. Selain itu, Harini Studio (*Body Fit for Woman*) dapat memberikan apresiasi kepada anggota setia melalui promo khusus pada momen tertentu. Saran ini didasarkan pada hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa sebagian responden masih belum sepenuhnya merasakan manfaat layanan sesuai dengan biaya yang dikeluarkan dan belum merasakan citra positif sebagai anggota.

3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pengelola pusat kebugaran maupun perusahaan jasa lainnya dalam menyusun strategi pemasaran yang berfokus pada peningkatan kualitas program *membership* dan *Perceived Value*. Strategi tersebut dapat diterapkan melalui pemberian manfaat keanggotaan yang lebih bernilai, peningkatan kualitas pelayanan, serta program loyalitas yang mendorong pelanggan untuk kembali menggunakan layanan dan merekomendasikannya kepada orang lain. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya mampu mempertahankan pelanggan yang sudah ada, tetapi juga meningkatkan Loyalitas Pelanggan dalam jangka panjang melalui pengalaman layanan yang lebih baik.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior* (2nd ed). Open University Press.
- Asrul, A. (2025). *Analisis Inner Model pada Structural Equation Modeling Berbasis Partial Least Square (PLS)*.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2022). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed). SAGE Publications.
- Curatman, A., Suroso, A., & Suliyanto. (2020). *Program Loyalitas Pelanggan*. Deepublish.
- Febryaningrum. (2024). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan SEM-PLS*.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (3rd ed). Sage Publications.
[https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7](https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7)
- Hayati, N. (2020). *Pengaruh Loyalitas Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian*.
- Herdianzah. (2024). *Analisis Convergent Validity dan Construct Reliability pada SEM-PLS*.
- Hindarwati, E. N., Nadjhary, A. S., Ranteg, C. W., & Panjaitan, S. M. (2023). Program *Membership* dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Fitness Center. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 28(2), 242–256.
- Janati, J., & Kusmayadi, K. (2024). *Pengaruh Perceived value terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Jasa*.
- Julianti. (2025). *Analisis Data Primer dalam Penelitian Kuantitatif*.
- Komalasari, D. D. N. K., Junaedi, D. D., Alliyah, L., & Rachmawati, S. S. (2026). Modeling Customer Loyalty through Loyalty Programs, *Perceived value*, and Customer Satisfaction: Evidence from Greater Bandung (Bandung Raya). *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 14(1).
- Maliki, M., & Hadi, S. (2024). *Pengaruh Customer Experience dan Perceived value terhadap Loyalitas Pengguna Spotify Premium (Studi pada Pengguna di Kota Malang)*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Nabilla, N., & Nuvriasari, A. (2023). *Teknik Pengumpulan Data Menggunakan Kuesioner dalam Penelitian Kuantitatif*.
- Nashrullah. (2023). *Teknik Pengumpulan Data dalam Penelitian Kuantitatif*.
- Pertiwi, P., & Arifiyanto, A. (2026). Pengaruh Program *Membership*, Diskon, dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen di Toserba Lintang Shop Bojong. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 5(4), 2075–2091.
- Putlely. (2021). *Structural Equation Modeling (SEM) sebagai Teknik Analisis Hubungan Kausal Antar Variabel*.
- Rahmayani, R. (2023). *Pengaruh Perceived value terhadap Loyalitas Pelanggan*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (8th ed). Wiley.
- Siagian, S., & Albina, A. (2025). *Instrumen Penelitian sebagai Alat Pengumpulan Data Penelitian Kuantitatif*.
- Siregar. (2026). *Pengujian Discriminant Validity Menggunakan Pendekatan Fornell-Larcker dan Cross Loading*.
- Subhaktiyasa, S. (2024). *Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) sebagai Metode Analisis Multivariat*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surayya, S., & Sirait, R. (2024). *Pengujian Hipotesis Menggunakan Metode Bootstrapping pada SmartPLS*.
- Tjiptono, F. (2025). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publishing.
- Wahyuni, W., & Subandrio, S. (2024). *Perceived value sebagai Penentu Loyalitas Pelanggan pada Sektor Jasa*.
- Waruwu, W. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif dalam Analisis Pemasaran*. PT RajaGrafindo Persada.