

## Analisis Kualitas Layanan *Sports Massage* di Kota Surabaya dengan Menggunakan Pendekatan *SERVQUAL*

Mulyono<sup>✉</sup>, Eka Kurnia Darisman<sup>1</sup>, Gatot Margisal Utomo<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Prodi Pendidikan Jasmani, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

Corresponding author\*

Email: [mulyono@unipasby.ac.id](mailto:mulyono@unipasby.ac.id)

---

### Info Artikel

Diajukan: 2026-01-20  
Direvisi: 2026-03-30  
Diterima: 2026-04-16  
Diterbitkan: 2026-04-29

*Keywords:*

customer satisfaction; service quality; *servqual*; sports massage

### Abstract

The development of sports massage services in large cities such as Surabaya requires service providers to deliver service quality that meets customer expectations. This study aimed to analyze the service quality of sports massage services in Surabaya using the *SERVQUAL* approach. A descriptive quantitative method with a survey design was employed. The research sample consisted of 100 respondents who were users of sports massage services, selected using an accidental sampling technique. The research instrument was a *SERVQUAL* questionnaire comprising five dimensions: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, measured using a 5-point Likert scale. Data were analyzed descriptively by calculating the mean scores of perceptions, expectations, and the service quality gap (perception–expectation). The results indicated that all *SERVQUAL* dimensions exhibited negative gap values, suggesting that customers' perceptions had not fully met their expectations. The largest gaps were found in the reliability and assurance dimensions (–0.57), while the smallest gap was observed in the responsiveness dimension (–0.52). In conclusion, the quality of sports massage services in Surabaya can be categorized as good; however, improvements are still required, particularly in service reliability and assurance, to optimally meet customer expectations.

---

**Kata Kunci:**

kepuasan pelanggan; kualitas layanan; *servqual*; *sports massage*

Perkembangan layanan sports massage di kota besar seperti Surabaya menuntut penyedia jasa untuk mampu memberikan kualitas layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan sports massage di Kota Surabaya menggunakan pendekatan *SERVQUAL*. Penelitian menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan desain survei. Sampel penelitian terdiri atas 100 responden yang merupakan pengguna layanan sports massage, dipilih menggunakan teknik accidental sampling. Instrumen penelitian berupa kuesioner *SERVQUAL* yang mencakup lima dimensi, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, dengan skala Likert 1–5. Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan menghitung nilai mean persepsi, mean harapan, serta gap kualitas layanan (persepsi–harapan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh dimensi *SERVQUAL* memiliki nilai gap negatif, yang mengindikasikan bahwa persepsi pelanggan masih berada di bawah harapan. Dimensi reliability dan assurance menunjukkan gap terbesar (–0,57), sedangkan dimensi responsiveness memiliki gap terkecil (–0,52). Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan sports massage di Surabaya tergolong baik, namun masih memerlukan peningkatan terutama pada aspek keandalan dan jaminan layanan untuk memenuhi harapan pelanggan secara optimal.

---



✉ **Alamat korespondensi:**

Pendidikan Jasmani, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas  
Lambung Mangkurat, Kalimantan Selatan, Indonesia

**How to cite:**

Mulyono, Darisman, E. K., & Utomo, G. M. (2026). Analisis Kualitas Layanan Sports Massage di Kota Surabaya dengan Menggunakan Pendekatan SERVQUAL. *SPRINTER: Jurnal Ilmu Olahraga*, 7(2), 421-428.  
<https://doi.org/10.46838/spr.v7i2.1005>

## PENDAHULUAN

Perkembangan industri jasa olahraga dan kebugaran di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan tren peningkatan yang signifikan, terutama di wilayah perkotaan seperti Kota Surabaya. Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kesehatan, kebugaran, dan gaya hidup aktif. Peningkatan partisipasi masyarakat dalam aktivitas fisik dan olahraga rekreasi turut mendorong berkembangnya pusat kebugaran serta layanan pendukung olahraga di berbagai kota besar di Indonesia (Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia, 2023; Global Wellness Institute, 2022). Secara global, industri wellness juga mengalami pertumbuhan pesat, termasuk di dalamnya layanan pemulihan fisik seperti sports massage yang menjadi bagian penting dari kebutuhan masyarakat modern (Global Wellness Institute, 2022).

Sports massage saat ini tidak hanya dipandang sebagai layanan relaksasi, tetapi telah berkembang menjadi bagian integral dari manajemen pemulihan fisik, baik bagi atlet maupun masyarakat umum yang aktif secara fisik. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa sports massage memiliki manfaat dalam mempercepat pemulihan otot, mengurangi delayed onset muscle soreness (DOMS), meningkatkan sirkulasi darah, serta berkontribusi dalam pencegahan cedera (Davis et al., 2020; Dupuy et al., 2018). Dengan meningkatnya intensitas aktivitas fisik masyarakat, kebutuhan terhadap layanan ini juga mengalami peningkatan yang signifikan, khususnya di kota besar seperti Surabaya yang memiliki karakteristik masyarakat urban dengan mobilitas tinggi dan kesadaran kesehatan yang semakin baik.

Namun demikian, peningkatan permintaan terhadap layanan sports massage tidak selalu diikuti dengan peningkatan kualitas layanan yang optimal. Dalam industri jasa, kualitas layanan merupakan faktor utama yang menentukan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas layanan didefinisikan sebagai

kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi atau melampaui harapan pelanggan melalui interaksi layanan yang diberikan (Howat & Assaker, 2019). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, niat kunjung ulang, dan loyalitas dalam industri kebugaran dan olahraga (Shonk & Chelladurai, 2021; Tsitskari et al., 2019).

Salah satu pendekatan yang banyak digunakan dalam mengukur kualitas layanan adalah model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1988). Model ini mengukur kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan melalui lima dimensi utama, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Dalam konteks layanan olahraga, dimensi reliability dan assurance berperan dalam membangun kepercayaan pelanggan terhadap kompetensi layanan, sedangkan responsiveness dan empathy berpengaruh langsung terhadap pengalaman pelanggan melalui interaksi interpersonal. Sementara itu, tangibles berfungsi sebagai faktor pendukung dalam membentuk persepsi awal terhadap kualitas layanan (Lee et al., 2022; Zeithaml et al., 2020).

Meskipun penelitian mengenai kualitas layanan dalam industri olahraga dan kebugaran telah banyak dilakukan, terdapat beberapa kesenjangan penelitian yang belum terjawab secara spesifik. Pertama, sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada pusat kebugaran atau fasilitas olahraga secara umum, sementara kajian yang secara khusus meneliti layanan sports massage masih sangat terbatas, terutama di Indonesia. Kedua, penelitian terdahulu umumnya hanya mengukur tingkat kepuasan pelanggan tanpa menganalisis kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan secara komprehensif menggunakan pendekatan SERVQUAL. Ketiga, masih minim penelitian yang dilakukan dalam konteks lokal, khususnya di Kota Surabaya yang memiliki tingkat persaingan industri jasa kebugaran yang cukup tinggi. Keempat, penelitian sebelumnya cenderung berhenti pada analisis hubungan

antar variabel tanpa menghasilkan model manajemen layanan yang aplikatif bagi penyedia jasa.

Di sisi lain, berdasarkan observasi awal di lapangan, masih ditemukan berbagai permasalahan dalam layanan sports massage, seperti ketidaktepatan waktu pelayanan, ketidakkonsistenan kualitas antar terapis, waktu tunggu yang relatif lama, serta kurangnya komunikasi terapeutik antara terapis dan pelanggan. Permasalahan ini menunjukkan bahwa pengelolaan kualitas layanan belum dilakukan secara optimal dan terstandar. Padahal, dalam industri jasa, kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci dalam keberlangsungan usaha, karena pelanggan yang puas cenderung melakukan kunjungan ulang dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain (Shonk & Chelladurai, 2021).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna mengidentifikasi kualitas layanan sports massage secara objektif, menganalisis kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan, serta mengembangkan model manajemen layanan berbasis SERVQUAL yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan ilmu manajemen olahraga, serta kontribusi praktis bagi penyedia layanan sports massage dalam meningkatkan kualitas layanan secara berkelanjutan.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan desain survei. Pemilihan metode kuantitatif deskriptif didasarkan pada tujuan penelitian, yaitu untuk menggambarkan dan menganalisis tingkat kualitas layanan sports massage berdasarkan persepsi dan harapan pelanggan secara objektif dan terukur. Desain survei dipilih karena memungkinkan pengumpulan data secara langsung dari responden dalam jumlah besar serta efektif untuk mengukur kualitas layanan menggunakan instrumen SERVQUAL yang berbasis persepsi pelanggan. Pendekatan ini relevan untuk mengevaluasi kualitas layanan jasa olahraga yang bersifat subjektif dan bergantung pada pengalaman pengguna layanan.

## **Partisipan**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna layanan sports massage di Kota Surabaya. Sampel penelitian berjumlah 100 responden, yang ditentukan berdasarkan

pertimbangan kecukupan sampel dalam penelitian survei kuantitatif untuk memperoleh gambaran umum kualitas layanan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling, yaitu responden dipilih berdasarkan kemudahan akses dan kesediaan untuk berpartisipasi dalam penelitian. Teknik ini dipilih karena karakteristik populasi yang heterogen dan keterbatasan data jumlah pengguna layanan sports massage secara pasti. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah individu yang pernah menggunakan layanan sports massage minimal satu kali dalam tiga bulan terakhir.

## **Instrumen**

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner SERVQUAL, yang terdiri atas lima dimensi kualitas layanan, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Setiap dimensi diukur menggunakan beberapa item pernyataan sehingga total terdapat 20 item pernyataan. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert lima poin, dengan rentang skor 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju) untuk mengukur persepsi dan harapan responden. Instrumen SERVQUAL dipilih karena telah banyak digunakan dan terbukti valid dalam mengukur kualitas layanan pada sektor jasa kesehatan dan olahraga. Uji validitas dilakukan menggunakan corrected item-total correlation, sedangkan uji reliabilitas instrumen diuji menggunakan Cronbach's Alpha, dengan kriteria nilai  $\alpha \geq 0,70$  yang menunjukkan instrumen reliabel.

## **Prosedur**

Prosedur penelitian diawali dengan penyusunan instrumen kuesioner SERVQUAL yang disesuaikan dengan konteks layanan sports massage. Selanjutnya, peneliti melakukan uji coba instrumen untuk memastikan kejelasan pernyataan dan kelayakan pengukuran. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden secara langsung dan daring. Sebelum mengisi kuesioner, responden diberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian serta jaminan kerahasiaan data. Responden kemudian diminta mengisi kuesioner berdasarkan pengalaman mereka dalam menggunakan layanan sports massage. Data yang terkumpul selanjutnya direkap dan disiapkan untuk proses analisis.

## **Analisis Data**

Analisis data dilakukan menggunakan

analisis deskriptif kuantitatif. Data dianalisis dengan menghitung nilai mean untuk persepsi dan harapan pada setiap dimensi SERVQUAL. Selanjutnya dilakukan analisis gap SERVQUAL, yaitu dengan menghitung selisih antara skor persepsi dan skor harapan (P-H) untuk mengetahui kesenjangan kualitas layanan. Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel dan grafik guna mempermudah interpretasi data. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi dimensi kualitas layanan yang telah memenuhi harapan pelanggan serta

dimensi yang masih memerlukan perbaikan.

## HASIL

### Deskripsi Data Kuesioner SERVQUAL

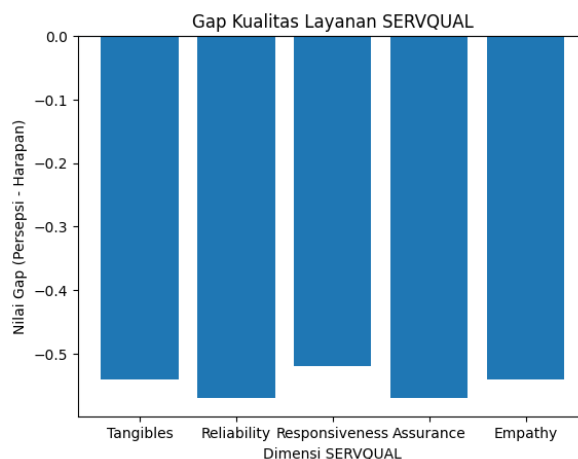
Penelitian ini melibatkan 100 responden pengguna layanan sports massage di Kota Surabaya. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner SERVQUAL yang terdiri dari 5 dimensi, masing-masing diwakili oleh 4 item pernyataan, dengan skala Likert 1–5 untuk persepsi dan harapan.

Tabel 1. Nilai Mean Persepsi, Harapan, dan Gap Kualitas Layanan (n = 100)

No	Dimensi SERVQUAL	Mean Persepsi	Mean Harapan	Gap (P-H)
1	Tangibles	3,97	4,51	-0,54
2	Reliability	3,95	4,52	-0,57
3	Responsiveness	3,97	4,49	-0,52
4	Assurance	3,94	4,51	-0,57
5	Empathy	3,95	4,49	-0,54

Hasil analisis SERVQUAL menunjukkan bahwa kualitas layanan sports massage di Kota Surabaya secara umum berada pada kategori baik, dengan nilai mean persepsi berada pada rentang 3,94–3,97. Namun demikian, seluruh dimensi SERVQUAL masih menunjukkan nilai gap negatif, yang mengindikasikan adanya kesenjangan antara

harapan dan persepsi pelanggan. Gap terbesar ditemukan pada dimensi reliability dan assurance, sedangkan gap terkecil terdapat pada dimensi responsiveness. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun pelanggan menilai layanan sports massage cukup baik, masih diperlukan peningkatan kualitas layanan agar sesuai dengan harapan pelanggan.



Gambar 1. Grafik Gap Kualitas Layanan SERVQUAL

Gambar 1 menunjukkan nilai gap kualitas layanan sports massage berdasarkan lima dimensi SERVQUAL. Seluruh dimensi memiliki nilai gap negatif, yang mengindikasikan bahwa persepsi pelanggan masih berada di bawah harapan. Dimensi Reliability dan Assurance menunjukkan gap terbesar (-0,57), sedangkan dimensi Responsiveness memiliki gap terkecil (-0,52). Temuan ini menunjukkan bahwa aspek

keandalan dan jaminan layanan perlu menjadi prioritas utama dalam peningkatan kualitas layanan sports massage di Kota Surabaya.

## PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh dimensi SERVQUAL pada layanan sports massage di Kota Surabaya memiliki nilai gap negatif, yang mengindikasikan adanya kesenjangan antara persepsi pelanggan dan

harapan mereka terhadap kualitas layanan. Temuan ini sejalan dengan konsep dasar SERVQUAL yang menyatakan bahwa kualitas layanan dinilai baik apabila persepsi pelanggan mampu memenuhi atau melampaui harapan mereka. Gap negatif yang konsisten pada seluruh dimensi menunjukkan bahwa meskipun layanan dinilai cukup baik, pelanggan masih mengharapkan peningkatan kualitas secara menyeluruh (Parasuraman et al., 1988; Zeithaml et al., 2020).

Dimensi tangibles menunjukkan nilai gap sebesar -0,54, yang mengindikasikan bahwa fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan terapis belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi pelanggan. Dalam konteks layanan olahraga dan kebugaran, bukti fisik memiliki peran penting dalam membentuk persepsi awal pelanggan terhadap profesionalisme dan kredibilitas layanan. Penelitian terbaru menyatakan bahwa lingkungan layanan yang bersih, nyaman, dan modern berkontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan kesehatan dan kebugaran (Howat & Assaker, 2019; Kim & Kim, 2021).

Dimensi reliability memiliki gap terbesar bersama dengan assurance, yaitu sebesar -0,57. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan masih merasakan ketidakkonsistenan dalam ketepatan waktu, keandalan pelayanan, dan kesesuaian layanan dengan yang dijanjikan. Keandalan merupakan dimensi kunci dalam jasa berbasis kepercayaan seperti sports massage, karena berkaitan langsung dengan hasil pemulihan fisik yang diharapkan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa ketidakandalan layanan dapat menurunkan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan jasa kesehatan (Rashid et al., 2021; Lee et al., 2022).

Dimensi responsiveness menunjukkan gap paling kecil (-0,52), namun tetap berada pada kategori negatif. Hal ini mengindikasikan bahwa daya tanggap terapis dalam membantu pelanggan dan merespons keluhan sudah cukup baik, namun masih belum sepenuhnya sesuai dengan harapan. Responsivitas menjadi aspek penting dalam layanan personal seperti sports massage, karena pelanggan mengharapkan pelayanan yang cepat, sigap, dan komunikatif. Studi terkini menunjukkan bahwa peningkatan responsivitas tenaga layanan berpengaruh positif terhadap pengalaman pelanggan dan persepsi kualitas layanan secara keseluruhan (Shonk & Chelladurai, 2021; Wibowo et al., 2023).

Dimensi assurance juga menunjukkan gap sebesar -0,57, yang menandakan bahwa

pelanggan masih mengharapkan peningkatan pada aspek jaminan, rasa aman, dan kepercayaan terhadap kompetensi terapis. Dalam layanan sports massage, assurance berkaitan erat dengan sertifikasi, keterampilan profesional, serta sikap sopan dan meyakinkan dari terapis. Penelitian di bidang layanan kesehatan menyebutkan bahwa rendahnya assurance dapat memengaruhi persepsi risiko pelanggan dan menurunkan kepercayaan terhadap layanan (Alnaser et al., 2020; Brady & Cronin, 2022).

Temuan ini juga mengindikasikan bahwa peningkatan pada dimensi assurance perlu diarahkan pada penguatan aspek profesionalitas dan kredibilitas layanan secara menyeluruh. Upaya yang dapat dilakukan meliputi peningkatan kompetensi terapis melalui pelatihan berkelanjutan, kepemilikan sertifikasi resmi, serta standarisasi prosedur pelayanan yang menjamin keamanan dan kenyamanan pelanggan. Selain itu, kemampuan komunikasi terapeutik yang baik, sikap percaya diri, serta etika profesional terapis menjadi faktor penting dalam membangun rasa aman dan kepercayaan pelanggan. Dalam konteks layanan jasa modern, dimensi assurance tidak hanya berkaitan dengan kompetensi teknis, tetapi juga mencakup kemampuan penyedia layanan dalam membangun kepercayaan dan mengurangi persepsi risiko pelanggan melalui interaksi yang profesional dan kredibel (Howat & Assaker, 2019; Lee et al., 2022). Penelitian terbaru juga menunjukkan bahwa pada layanan kesehatan dan kebugaran, peningkatan assurance berkontribusi signifikan terhadap kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan, terutama ketika layanan melibatkan kontak langsung dan risiko fisik seperti terapi dan massage (Prakash & Srivastava, 2019; Rather, 2021). Dengan demikian, penguatan dimensi assurance menjadi strategi penting dalam meningkatkan kualitas layanan sports massage secara menyeluruh.

Dimensi empathy memiliki gap sebesar -0,54, yang menunjukkan bahwa perhatian personal dan pemahaman kebutuhan pelanggan belum sepenuhnya terpenuhi. Empati merupakan dimensi penting dalam layanan berbasis interaksi langsung, karena pelanggan mengharapkan perlakuan yang personal dan sesuai dengan kondisi fisik masing-masing individu. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa empati tenaga layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan niat pelanggan untuk menggunakan kembali layanan olahraga dan kebugaran (Tsitskari et al., 2019; Pratama &

Hidayat, 2022).

Gap negatif pada seluruh dimensi SERVQUAL menunjukkan bahwa kualitas layanan sports massage belum sepenuhnya mampu memenuhi ekspektasi pelanggan, sehingga diperlukan strategi peningkatan kualitas yang terarah dan berkelanjutan. Literatur internasional menegaskan bahwa gap SERVQUAL yang konsisten mencerminkan adanya ketidakseimbangan antara kualitas teknis dan kualitas fungsional layanan, terutama pada jasa olahraga dan kesehatan yang sangat bergantung pada interaksi manusia. Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2020) menekankan bahwa organisasi jasa perlu memprioritaskan pengembangan sumber daya manusia dan sistem layanan untuk memperkecil kesenjangan persepsi dan harapan pelanggan.

Peningkatan kompetensi terapis menjadi strategi utama dalam mengatasi gap kualitas layanan, khususnya pada dimensi reliability dan assurance. Terapis yang memiliki keterampilan teknis, pengetahuan anatomi, serta pemahaman prinsip pemulihan fisik yang baik akan meningkatkan kepercayaan dan rasa aman pelanggan. Penelitian Lee, Kim, dan Heo (2022) menunjukkan bahwa kompetensi tenaga layanan merupakan prediktor signifikan kepuasan pelanggan pada layanan kesehatan, karena pelanggan menilai kualitas layanan berdasarkan akurasi, profesionalitas, dan hasil yang dirasakan. Temuan serupa juga dilaporkan oleh Brady dan Cronin (2001), yang menyatakan bahwa kualitas interaksi dan keahlian penyedia layanan membentuk persepsi kualitas secara menyeluruh.

Selain kompetensi individu, konsistensi pelayanan juga berperan penting dalam menurunkan gap SERVQUAL. Konsistensi berkaitan dengan kemampuan penyedia layanan dalam memberikan standar pelayanan yang sama pada setiap kunjungan pelanggan. Ketidakkonsistenan layanan sering kali menyebabkan pelanggan merasakan ketidakpastian, yang berdampak negatif terhadap evaluasi kualitas layanan. Rashid, Rahman, dan Hasan (2021) menegaskan bahwa konsistensi pelayanan merupakan faktor kunci dalam membangun loyalitas pelanggan pada layanan berbasis kepercayaan, termasuk jasa kesehatan dan kebugaran. Dalam konteks sports massage, konsistensi teknik, durasi, dan prosedur pelayanan menjadi indikator penting kualitas layanan.

Penguatan aspek komunikasi dan empati menjadi strategi berikutnya yang tidak kalah penting dalam meningkatkan kualitas layanan

sports massage. Dimensi empathy dan responsiveness dalam SERVQUAL sangat dipengaruhi oleh kemampuan terapis dalam berkomunikasi secara efektif, mendengarkan kebutuhan pelanggan, serta memberikan perhatian personal. Tsitskari, Antoniadis, dan Costa (2019) menemukan bahwa empati tenaga layanan memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan dan niat kunjung ulang pelanggan jasa olahraga. Shonk dan Chelladurai (2021) juga menekankan bahwa kualitas interaksi interpersonal merupakan pembeda utama antara layanan olahraga yang biasa dan layanan yang unggul.

Secara keseluruhan, temuan gap negatif pada seluruh dimensi SERVQUAL mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas layanan sports massage tidak dapat hanya difokuskan pada aspek fasilitas fisik (tangibles), tetapi harus mencakup pengembangan kompetensi terapis, peningkatan konsistensi pelayanan, serta penguatan komunikasi dan empati dalam interaksi layanan. Pendekatan holistik ini sejalan dengan paradigma pemasaran jasa modern yang menempatkan pelanggan sebagai pusat layanan dan interaksi manusia sebagai elemen kunci penciptaan nilai layanan (Zeithaml et al., 2020; Shonk & Chelladurai, 2021).

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis kualitas layanan sports massage di Kota Surabaya menggunakan instrumen SERVQUAL, dapat disimpulkan bahwa seluruh dimensi kualitas layanan, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, menunjukkan nilai gap negatif antara persepsi dan harapan pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan yang dirasakan pelanggan masih berada di bawah tingkat harapan yang diinginkan, meskipun secara umum layanan sports massage telah dinilai berada pada kategori baik. Dimensi reliability dan assurance memiliki gap terbesar, yang menunjukkan bahwa keandalan, konsistensi layanan, serta jaminan profesionalitas terapis menjadi aspek yang paling membutuhkan perhatian dan perbaikan.

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas layanan sports massage tidak dapat hanya difokuskan pada aspek fasilitas fisik, tetapi harus mencakup pengembangan kompetensi terapis, peningkatan konsistensi pelayanan, serta penguatan komunikasi dan empati dalam interaksi dengan pelanggan. Pendekatan peningkatan kualitas yang bersifat holistik dan

berorientasi pada pelanggan diharapkan mampu memperkecil kesenjangan antara persepsi dan harapan, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta memperkuat daya saing layanan sports massage di Kota Surabaya. Penelitian ini juga memberikan kontribusi praktis bagi pengelola layanan sports massage sebagai dasar perumusan strategi peningkatan kualitas layanan yang berkelanjutan.

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas PGRI Adi Buana Surabaya atas semua bantuan yang diberikan untuk menyelesaikan penelitian ini dengan sukses.

#### REFERENSI

- Alnaser, F. M., Ghani, M. A., & Rahi, S. (2020). Service quality dimensions and customer satisfaction in healthcare services. *Management Science Letters*, 10(6), 1235–1244. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.11.039>
- Brady, M. K., & Cronin, J. J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34–49. <https://doi.org/10.1509/jmkg.65.3.34.18334>
- Brady, M. K., & Cronin, J. J. (2022). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality. *Journal of Service Research*, 25(1), 3–20. <https://doi.org/10.1177/10946705211015359>
- Davis, H. L., Alabed, S., & Chico, T. J. A. (2020). Effect of sports massage on performance and recovery: A systematic review. *BMJ Open Sport & Exercise Medicine*, 6(1), e000614. <https://doi.org/10.1136/bmjsem-2019-000614>
- Dupuy, O., Douzi, W., Theurot, D., Bosquet, L., & Dugué, B. (2018). An evidence-based approach for choosing post-exercise recovery techniques to reduce markers of muscle damage, soreness, fatigue, and inflammation: A systematic review. *Frontiers in Physiology*, 9, 403. <https://doi.org/10.3389/fphys.2018.00403>
- García-Fernández, J., Gálvez-Ruiz, P., Vélez-Colón, L., Ortega-Gutiérrez, J., & Fernández-Gavira, J. (2023). Service quality and perceived value in fitness centres: The moderating role of customer experience. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 71, 103188. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103188>
- Howat, G., & Assaker, G. (2019). The hierarchical effects of perceived quality on perceived value, satisfaction, and loyalty. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 19(1), 1–24. <https://doi.org/10.1504/IJSMM.2019.096933>
- Kim, M., & Kim, J. (2021). Service quality, customer satisfaction, and loyalty in fitness centers. *Journal of Physical Education and Sport*, 21(3), 1785–1792. <https://doi.org/10.7752/jpes.2021.03227>
- Lee, S., Kim, Y., & Heo, J. (2022). Reliability and responsiveness as predictors of customer satisfaction in health services. *Service Business*, 16(2), 355–372. <https://doi.org/10.1007/s11628-021-00464-w>
- Murray, D., Howat, G., & Assaker, G. (2022). Service quality, value, satisfaction and future intentions in health and fitness clubs. *Service Industries Journal*, 42(13–14), 1051–1072. <https://doi.org/10.1080/02642069.2021.1978414>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pons, F., Giroux, M., & Mourali, M. (2023). Customers' perceptions of frontline employees' competence and empathy in services. *Journal of Service Theory and Practice*, 33(2), 225–247. <https://doi.org/10.1108/JSTP-02-2022-0041>
- Prakash, G., & Srivastava, S. (2019). Role of service quality in healthcare sector: A study of hospitals. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 32(3), 1–12. <https://doi.org/10.1108/IJHCQA-03-2018-0061>
- Rashid, M. H. A., Rahman, M., & Hasan, M. T. (2021). Service reliability and customer loyalty in healthcare. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 28(3), 205–219. <https://doi.org/10.1108/JABES-10-2020-0112>

- Rather, R. A. (2021). Customer experience and engagement in tourism and hospitality services: The role of service quality. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61, 102557. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102557>
- Ratten, V. (2022). Sport innovation and service quality: A systematic review. *International Journal of Innovation Management*, 26(7), 2250063. <https://doi.org/10.1142/S1363919622500636>
- Shonk, D. J., & Chelladurai, P. (2021). Service quality, satisfaction, and intent to return in sport services. *Sport Management Review*, 24(3), 405–417. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2020.04.002>
- Tsitskari, E., Antoniadis, C., & Costa, G. (2019). Investigating the relationship among service quality, customer satisfaction, and loyalty in sport services. *Journal of Sport & Tourism*, 23(1), 1–15. <https://doi.org/10.1080/14775085.2019.1582975>
- Wibowo, S., Nugroho, A., & Santoso, D. (2023). Service quality and customer satisfaction in Indonesian fitness services. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Olahraga*, 5(1), 22–31. <https://doi.org/10.17509/jmbo.v5i1.59873>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). New York, NY: McGraw-Hill.