

Service Quality In Fitness Centers: A Systematic Literature Review

Aggi Panigoro Sarifiyono¹, Annisa Indriani², Anang Bambang Pujiyanto³,
Susan Purnama⁴, Johnson Sinaga⁵

^{1,2,3,4,5}Manajemen, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia, Indonesia
aggipanigoro@unibi.ac.id

Received : Jun' 2026 Revised : Jul' 2026 Accepted : Aug' 2026 Published : Aug' 2026

ABSTRACT

The fitness center industry has grown rapidly alongside rising public awareness of healthy lifestyles, making service quality a strategic differentiator for retaining members amid intense competition. Although research on fitness center service quality is expanding quickly, the findings remain scattered across diverse models, dimensions, and cultural contexts and have not been comprehensively integrated. This study aims to systematically map and synthesize the development of service quality research in fitness centers, covering measurement models, determinants, outcomes on satisfaction and loyalty, digital transformation, and research gaps. The method employed is a Systematic Literature Review (SLR) following the PRISMA 2020 protocol. The search was conducted in the Scopus database using a TITLE-ABS-KEY strategy with keywords on service quality and fitness centers. Through the stages of identification, screening, eligibility assessment, and inclusion-exclusion criteria, 23 eligible studies were obtained and appraised using the Mixed Methods Appraisal Tool (MMAT). The results show that service quality is multidimensional, encompassing facility, staff, program, and digital service quality, with instructor quality, cleanliness, and convenience as the most consistent predictors of loyalty. Satisfaction is found to mediate the relationship between service quality and loyalty, while its effect is moderated by experience level, gender, and organizational culture. The findings also confirm a paradigm shift toward service digitalization and co-creation. This study contributes by providing an integrative framework of fitness center service quality and an agenda for future research

Keywords : Customer Satisfaction; Fitness Center; Member Loyalty; Service Quality; Systematic Literature Review.

ABSTRAK

Industri pusat kebugaran tumbuh pesat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat, sehingga kualitas layanan menjadi pembeda strategis dalam mempertahankan anggota di tengah persaingan yang ketat. Meskipun penelitian mengenai kualitas layanan pusat kebugaran berkembang cepat, temuannya masih tersebar pada beragam model, dimensi, dan konteks budaya yang berbeda sehingga belum terintegrasi secara menyeluruh. Penelitian ini bertujuan memetakan dan menyintesis secara sistematis perkembangan kajian kualitas layanan pada pusat kebugaran, mencakup model pengukuran, determinan, hasil terhadap kepuasan dan loyalitas, transformasi digital, serta kesenjangan penelitian. Metode yang digunakan adalah *Systematic Literature Review* (SLR) dengan mengikuti protokol PRISMA 2020. Pencarian dilakukan pada basis data Scopus menggunakan strategi TITLE-ABS-KEY dengan kata kunci kualitas layanan dan pusat kebugaran. Melalui tahapan identifikasi, penyaringan, penilaian kelayakan, dan kriteria inklusi-eksklusi, diperoleh 23 studi yang layak dianalisis dan dinilai mutunya menggunakan *Mixed Methods Appraisal Tool* (MMAT). Hasil menunjukkan bahwa kualitas layanan bersifat multidimensi yang mencakup kualitas fasilitas, staf, program, dan layanan digital, dengan kualitas instruktur, kebersihan, dan kenyamanan sebagai prediktor loyalitas

yang paling konsisten. Kepuasan terbukti memediasi hubungan kualitas layanan terhadap loyalitas, sementara pengaruhnya dimoderasi oleh tingkat pengalaman, gender, dan budaya organisasi. Temuan juga menegaskan pergeseran paradigma menuju digitalisasi dan ko-kreasi layanan. Penelitian ini berkontribusi menyediakan kerangka integratif kualitas layanan pusat kebugaran serta agenda riset lanjutan.

Kata Kunci : *Fitness Center*; Kepuasan Pelanggan; Kualitas Layanan; Loyalitas Anggota; Tinjauan Literatur Sistematis.

PENDAHULUAN

Pusat kebugaran (*fitness center*) telah berkembang menjadi salah satu pilar penting dalam promosi kesehatan, pengelolaan gaya hidup, dan interaksi sosial, terutama di kawasan urban yang menuntut solusi kebugaran yang mudah diakses. Pertumbuhan jumlah penyedia layanan membuat persaingan semakin tajam sehingga keberlanjutan bisnis sangat bergantung pada kemampuan mempertahankan anggota dalam jangka panjang [1]. Dalam konteks ini, kualitas layanan (*service quality*) bukan sekadar atribut operasional, melainkan tuas strategis yang menentukan retensi pelanggan dan kelangsungan usaha [2].

Sejumlah studi menunjukkan bahwa kualitas layanan secara signifikan memengaruhi kepuasan dan loyalitas anggota pusat kebugaran [3]. Untuk menangkap fenomena tersebut, para peneliti mengembangkan beragam model pengukuran spesifik seperti FITT-Q yang mengukur kualitas fasilitas, staf, dan operasional dengan sifat psikometris yang teruji [4]. Namun, perkembangan kebutuhan pelanggan – yang dipicu oleh digitalisasi, personalisasi, dan pergeseran demografis – menuntut kerangka kualitas layanan yang lebih adaptif. Pasca-2015, kualitas layanan digital (*digital service quality*), kualitas situs web, serta pemasaran daring menjadi semakin menentukan persepsi dan retensi pelanggan, khususnya bagi anggota baru [5], [6].

Disisi lain, persepsi terhadap kualitas layanan ternyata tidak seragam. Faktor gender, usia, dan budaya membentuk ekspektasi yang berbeda; perempuan, misalnya, cenderung lebih memprioritaskan kualitas instruktur dan lingkungan fasilitas [7]. Keragaman temuan, model, dan konteks budaya ini menimbulkan persoalan: pengetahuan mengenai kualitas layanan pusat kebugaran masih tersebar (*fragmented*) dan belum terkonsolidasi dalam satu kerangka yang utuh.

Pendekatan yang ditawarkan adalah *Systematic Literature Review* (SLR) berbasis protokol *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses* (PRISMA) 2020, sehingga proses identifikasi hingga seleksi literatur dapat ditelusuri secara transparan dan dapat direplikasi. Keterbaruan penelitian ini terletak pada integrasi lima tema utama, yaitu perkembangan dan dimensi kualitas layanan, determinan kualitas layanan, dampak kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas, transformasi digital dan ko-kreasi layanan, serta identifikasi kesenjangan penelitian yang masih terbuka.

Berangkat dari persoalan tersebut, penelitian ini mengajukan pertanyaan mengenai bagaimana perkembangan, dimensi, determinan, dan hasil kualitas layanan pada pusat kebugaran berdasarkan bukti empiris terkini. Penelitian ini

bertujuan untuk memetakan dan mensintesis secara sistematis literatur mengenai kualitas layanan pusat kebugaran dengan mencakup perkembangan model dan alat ukur yang digunakan, determinan dan dimensi kualitas layanan, pengaruhnya terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta perkembangan transformasi digital dan ko-kreasi layanan. Selain itu, penelitian ini mengidentifikasi kesenjangan penelitian yang masih terbuka sebagai dasar bagi pengembangan penelitian selanjutnya. sehingga proses identifikasi hingga penyertaan studi dapat ditelusuri secara transparan dan dapat direplikasi. Keterbaruan (novelty) penelitian ini terletak pada integrasi lima tema—dimensi, determinan, pengukuran, digitalisasi, dan kesenjangan riset—ke dalam satu kerangka tematik yang komprehensif. Berbeda dengan tinjauan terdahulu yang umumnya berfokus pada satu aspek seperti determinan kepuasan [2], penelitian ini menyatukan dimensi tradisional dan digital sekaligus menonjolkan peran moderasi pengalaman, gender, dan budaya organisasi. Dengan demikian, hasil tinjauan ini diharapkan dapat dipahami oleh kolega lintas disiplin, baik manajemen pemasaran, ilmu keolahragaan, maupun perilaku organisasi.

METODE

Penelitian ini menggunakan desain Systematic Literature Review (SLR), yaitu metode peninjauan literatur yang sistematis, transparan, dan dapat direplikasi untuk mengidentifikasi, menilai, dan menyintesis bukti penelitian yang relevan [2]. Seluruh tahapan mengikuti pedoman PRISMA 2020 yang terdiri atas empat fase: identifikasi (*identification*), penyaringan (*screening*), penilaian kelayakan (*eligibility*), dan penyertaan (*included*). Objek penelitian adalah artikel ilmiah yang membahas kualitas layanan pada pusat kebugaran, *gym*, dan *health club*.

Basis Data dan Strategi Pencarian

Pencarian literatur dilakukan pada basis data Scopus sebagai indeks bereputasi yang memuat jurnal di bidang manajemen layanan, ilmu keolahragaan, dan pemasaran. Strategi pencarian menggunakan format query sebagai berikut:

```
TITLE-ABS-KEY ( "service quality" AND ( "fitness center" OR "gym"
OR "health club" )
```

Pencarian dibatasi pada rentang waktu publikasi 2020–2025 dengan beberapa rujukan klasik dipertahankan sebagai dasar konseptual alat ukur. Strategi ini dilengkapi penelusuran rujukan (*backward citation*) untuk menjaring studi mani yang relevan.

Tabel 1. Kriteria Inklusi dan Eksklusi Studi

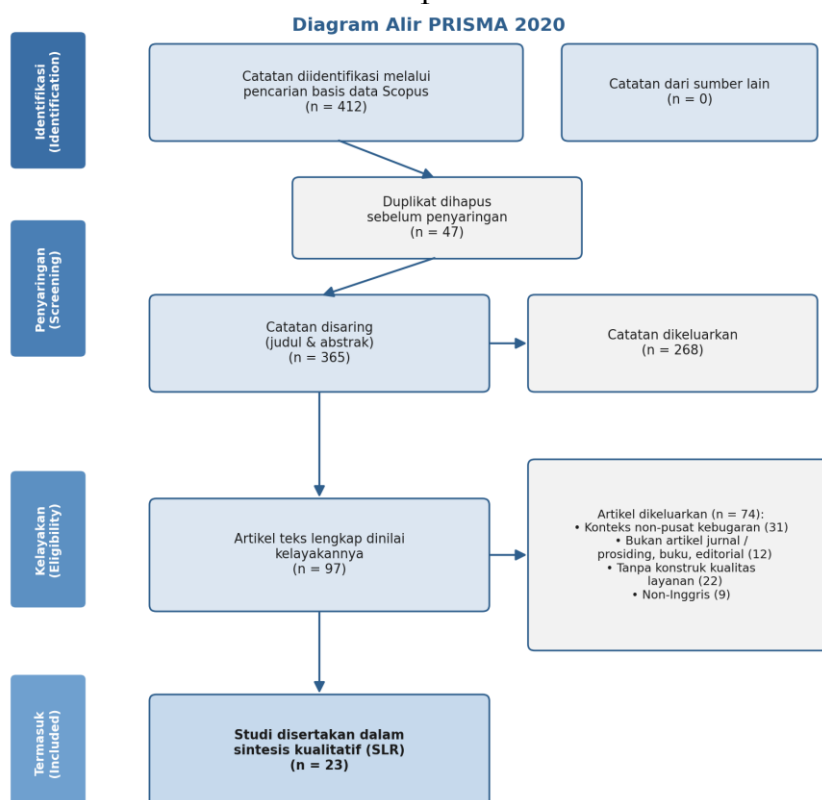
Kriteria Inklusi	Kriteria Eksklusi
Artikel berbahasa Inggris	Prosiding konferensi
Terindeks Scopus	Buku dan bab buku (kecuali rujukan konseptual)
Artikel jurnal (<i>peer-reviewed</i>)	Editorial dan catatan redaksi
Terbit 2020–2025	Artikel duplikat
Bidang bisnis, manajemen olahraga, dan pemasaran	Artikel non-Inggris

Memuat konstruk kualitas layanan pusat kebugaran

Konteks di luar pusat kebugaran/gym/health club

Proses Penyaringan dan Diagram Alir PRISMA

Proses seleksi studi dilakukan secara bertahap. Tahap identifikasi menjangkau catatan dari Scopus, dilanjutkan penghapusan duplikat, penyaringan judul dan abstrak, penilaian kelayakan teks lengkap, hingga diperoleh studi akhir yang disertakan. Alur seleksi divisualisasikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Alir PRISMA 2020 Proses Seleksi Studi

Penilaian Mutu (*Quality Assessment*)

Mutu metodologis setiap studi yang disertakan dinilai menggunakan *Mixed Methods Appraisal Tool* (MMAT) karena korpus terdiri atas studi kuantitatif, kualitatif, dan campuran. Setiap studi dinilai pada lima kriteria sesuai jenis desainnya, kemudian diberi skor mutu rendah, sedang, atau tinggi. Hanya studi dengan mutu sedang hingga tinggi yang dipertahankan dalam sintesis akhir, sehingga validitas dan reliabilitas temuan tinjauan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Data dari setiap studi diekstraksi ke dalam tabel terstruktur yang memuat penulis dan tahun, negara, metode, variabel/fokus, temuan utama, dan kesenjangan. Cuplikan hasil ekstraksi disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Rekappitulasi ekstraksi data studi terpilih

Penulis (Tahun)	Negara	Metode	Variabel/ Fokus	Temuan Utama
Mulyono et al. (2024) [4]	Indonesia	Validasi psikomet- rik	Kualitas fasilitas, staf, operasional	Model FITT-Q valid dan reliabel untuk mengukur kualitas layanan pusat kebugaran.
Ferreira- Barbosa et al. (2022) [2]	Portugal	Systematic review	Determinan kualitas layanan	Kualitas fasilitas dan staf menjadi prediktor kepuasan paling konsisten.
Huang & Kim (2023) [3]	Tiongkok/ Korea	Kuantitatif (moderasi)	Kualitas layanan, loyalitas, keterlibatan olahraga	Keterlibatan olahraga memperkuat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas.
Sevilmiş & Doğan (2023) [9]	Turki	Validasi skala	Kualitas pengalaman (EQSFC)	EQSFC memprediksi kepuasan dan niat perilaku lebih luas dari model lama.
Xu et al. (2021) [11]	Tiongkok	Survei kuantitatif	Dimensi kualitas layanan	Kualitas layanan bersifat multidimensi: fasilitas, staf, program, harga, pemulihan.
Sun & Pan (2023) [14]	Tiongkok	Kuantitatif komparatif	Kualitas & kenyamanan layanan, swalayan	Kehadiran staf memoderasi pendorong loyalitas pada pusat kebugaran swalayan.

Penulis (Tahun)	Negara	Metode	Variabel/ Fokus	Temuan Utama
García-Fernández et al. (2018) [15]	Spanyol	Kuantitatif	Kenyamanan, nilai, kepuasan, loyalitas	Kenyamanan layanan menentukan nilai dan loyalitas pada pusat kebugaran murah.
Avourdiadou & Theodorakis (2014) [8]	Yunani	Kuantitatif longitudinal	Loyalitas anggota baru vs lama	Pengalaman memoderasi: pemula dipandu kualitas, anggota lama dipandu kepuasan.
Campos et al. (2026) [18]	Portugal	Komparatif kuantitatif	Kualitas instruktur, loyalitas	Kualitas instruktur paling kritis bagi loyalitas dan rekomendasi.
AbouRokbah & Salam (2023) [21]	Arab Saudi	Kuantitatif (moderasi)	Kualitas, kepuasan, gender	Usia & pendapatan memoderasi; relasi nilai-kepuasan melemah pada perempuan >45 th.
García-Fernández et al. (2018) [23]	Spanyol	PLS-SEM	Budaya organisasi, kinerja, loyalitas	Budaya organisasi memengaruhi kinerja dan loyalitas pelanggan health club.
Policani Freitas & Lacerda (2025) [7]	Brasil	Importance-satisfaction	Persepsi kualitas berbasis gender	Gender membentuk ekspektasi; perempuan utamakan instruktur & lingkungan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan 23 studi yang disertakan, sintesis tematik menghasilkan lima tema utama: (1) dimensi kualitas layanan, (2) determinan dan prediktor, (3) model dan pengukuran, (4) digitalisasi dan ko-kreasi layanan, serta (5) kesenjangan penelitian. Kelima tema dibahas berikut ini disertai pembahasan komprehensif yang mengaitkan temuan dengan teori dan studi terdahulu.

Dimensi Kualitas Layanan

Bukti menunjukkan kualitas layanan pusat kebugaran bersifat multidimensi. Dimensi inti meliputi kualitas fasilitas (kebersihan, pemeliharaan, peralatan, lingkungan fisik), kualitas staf/instruktur (kompetensi, empati, kesediaan membantu), kualitas program (variasi dan personalisasi), harga dan layanan pendukung, serta pemulihan layanan (service recovery) [11]. Studi di Tiongkok menegaskan bahwa fasilitas dan staf secara konsisten muncul sebagai dimensi terkuat [11], sejalan dengan tinjauan sistematis yang menempatkan keduanya sebagai prediktor utama kepuasan [2]. Temuan ini mendukung kerangka klasik kualitas layanan yang menekankan keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, namun memperkaya dengan dimensi spesifik industri kebugaran seperti kualitas program dan pemulihan layanan.

Determinan dan Prediktor Loyalitas

Kualitas layanan terbukti menjadi pendorong utama kepuasan, yang selanjutnya memediasi loyalitas [3], [15]. Di antara seluruh determinan, kualitas instruktur menempati posisi paling kritis bagi loyalitas dan niat merekomendasikan, khususnya pada pengguna berusia lebih tua dan berpendidikan lebih rendah [18]. Kenyamanan dan kebersihan juga menjadi prediktor kuat kepuasan dan niat pembelian ulang [15]. Menariknya, pengaruh kualitas layanan tidak seragam: pada anggota baru, kualitas layanan menjadi pendorong loyalitas utama, sedangkan pada anggota berpengalaman, kepuasanlah yang lebih dominan [8]. Perbedaan ini menjelaskan mengapa hasil antarstudi tidak selalu konsisten – tingkat pengalaman pelanggan berperan sebagai pemoderasi yang menuntut strategi berbasis segmentasi.

Model dan Pengukuran

Perkembangan model pengukuran mencerminkan upaya menangkap dinamika layanan yang khas. Model fondasi seperti SQAS [12] dan dimensi berbasis sistem [13] menempatkan iklim layanan, komitmen manajemen, dan interaksi interpersonal sebagai komponen mutu. Model yang lebih baru, FITT-Q, menawarkan instrumen ringkas namun teruji [4], sementara EQSFC memperluas cakupan ke kualitas pengalaman dan memprediksi niat perilaku secara lebih kuat [9]. Polyakova dan Mirza [10] menunjukkan bahwa model di industri kebugaran terus berevolusi melampaui kerangka generik dengan memasukkan dimensi ko-kreasi dan pemulihan. Perbedaan kapasitas prediktif antarmodel mengindikasikan bahwa pilihan instrumen harus disesuaikan dengan tujuan dan konteks studi.

Digitalisasi dan Ko-Kreasi Layanan

Transformasi digital mengubah lanskap kualitas layanan. Kualitas situs web dan pemasaran daring kini menentukan kepuasan dan retensi, terutama bagi anggota baru [6]. Pasca pandemi COVID-19, kualitas e-service terbukti memprediksi sikap dan niat perilaku positif untuk menggunakan layanan kebugaran daring [5]. Pada pusat kebugaran swalayan, alat digital memediasi kenyamanan dan kepuasan, dengan kehadiran staf memoderasi pendorong loyalitas [14]. Selain itu, interaksi sosial dalam pertemuan layanan (service encounter) memperkuat kepercayaan dan loyalitas [17]. Temuan ini mendukung pergeseran paradigma dari model layanan yang berpusat pada penyedia menuju ko-kreasi yang melibatkan pelanggan sebagai mitra dalam perancangan layanan.

Kesenjangan Penelitian

Beberapa kesenjangan teridentifikasi. Pertama, persepsi berbasis gender masih kurang dieksplorasi, padahal perempuan memiliki ekspektasi berbeda terhadap kualitas instruktur dan lingkungan [7], [21]. Kedua, perbedaan pada pusat kebugaran khusus perempuan dan unisex menunjukkan dinamika kepuasan dan loyalitas yang belum tuntas dipahami [22]. Ketiga, alasan dropout dan loyalitas pada pusat kebugaran butik memerlukan studi longitudinal dan komparatif [25]. Keempat, peran budaya organisasi terhadap kualitas layanan dan kinerja masih terbatas dieksplorasi meskipun bukti PLS-SEM menunjukkan pengaruhnya signifikan [23]. Kelima, keselarasan persepsi antarpemangku kepentingan—manajer, staf, dan klien—belum banyak dikaji.

Kontribusi Teoretis dan Praktis

Secara teoretis, tinjauan ini mengintegrasikan dimensi tradisional dan digital ke dalam satu kerangka tematik serta menegaskan peran kepuasan sebagai mediator dan pengalaman, gender, serta budaya organisasi sebagai pemoderasi. Hal ini memperkaya khazanah kualitas layanan yang selama ini parsial [2], [4]. Secara praktis, manajer pusat kebugaran disarankan mengadopsi alat ukur multidimensi, memprioritaskan pelatihan kecerdasan emosional dan empati staf, menjaga kebersihan fasilitas, serta mengintegrasikan pemasaran dan pemulihan layanan digital [1], [24]. Strategi berbasis segmentasi—menurut tingkat pengalaman, gender, dan usia—akan meningkatkan efektivitas pengelolaan loyalitas [8], [19], [20].

PENUTUP

Tinjauan literatur sistematis ini menyimpulkan bahwa kualitas layanan pada pusat kebugaran merupakan konstruk multidimensi yang mencakup kualitas fasilitas, staf, program, dan layanan digital. Kualitas instruktur, kebersihan, dan kenyamanan adalah prediktor loyalitas yang paling konsisten, dengan kepuasan berperan sebagai mediator utama menuju loyalitas. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas dimoderasi oleh tingkat pengalaman, gender, dan budaya organisasi, sehingga strategi pengelolaan perlu bersifat kontekstual dan

tersegmentasi. Tren digitalisasi dan ko-kreasi layanan semakin menentukan persepsi dan retensi pelanggan, khususnya pasca pandemi.

Untuk penelitian lanjutan (*future research*), disarankan dilakukan studi longitudinal dan lintas budaya mengenai perbedaan gender serta budaya dalam persepsi kualitas layanan, validasi lintas negara terhadap model kualitas layanan digital, serta investigasi mendalam tentang alasan dropout dan pendorong loyalitas pada pusat kebugaran butik dan swalayan. Integrasi metodologi lanjutan seperti pemodelan fuzzy dan analytic hierarchy process, serta penyelarasan persepsi antarpemangku kepentingan, juga layak menjadi agenda penelitian berikutnya guna menyempurnakan model kualitas layanan yang lebih responsif dan inklusif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] J. León-Quismondo, J. García-Unanue, and P. Burillo, "Best practices for fitness center business sustainability: A qualitative vision," Sustainability (Switzerland), 2020.
- [2] H. Ferreira-Barbosa, J. Barbosa, B. Sabino, and V. Loureiro, "Determinants of service quality influencing customer satisfaction in fitness centers: A systematic review," European Journal of Human Movement, 2022.
- [3] Y. Huang and D. Kim, "How does service quality improve consumer loyalty in sports fitness centers? The moderating role of sport involvement," Sustainability (Switzerland), 2023.
- [4] Mulyono, T. C. Muntohir, A. Priambodo, and Sugiharto, "FITT-Q scale: a new service quality model in fitness center," Edelweiss Applied Science and Technology, 2024.
- [5] M. R. Bohórquez, A. Lara-Bocanegra, R. Teva, and P. Gálvez-Ruiz, "From e-service quality to behavioral intention to use e-fitness services post COVID-19 lockdown: When a crisis changes the social mindset," Heliyon, 2024.
- [6] M. Bhushan, P. Kholiya, and A. Negi, "Customer satisfaction and retention at fitness centres based on website quality and service," in Handbook of Research on AI and Knowledge Engineering for Real-Time Business Intelligence, 2023.
- [7] A. L. Policiani Freitas and T. S. Lacerda, "Assessing fitness centers service quality: gender-specific insights from importance-satisfaction analysis," Motriz: Revista de Educação Física, 2025.
- [8] S. Avourdiadou and N. D. Theodorakis, "The development of loyalty among novice and experienced customers of sport and fitness centres," Sport Management Review, 2014.
- [9] A. Sevilmiş and M. Doğan, "Experience Quality Scale for Fitness Centers (EQSFC): Validity and reliability study," Physical Culture and Sport, Studies and Research, 2023.
- [10] O. Polyakova and M. T. Mirza, "Service quality models in the context of the fitness industry," Sport, Business and Management: An International Journal, 2016.

-
- [11] K. K. Xu, K. K.-C. Chen, E. Kim, and J. J. Zhang, "Dimensions of service quality in health-fitness clubs in China," *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2021.
 - [12] E. T. C. Lam, J. J. Zhang, and B. E. Jensen, "Service Quality Assessment Scale (SQAS): An instrument for evaluating service quality of health-fitness clubs," *Measurement in Physical Education and Exercise Science*, 2005.
 - [13] K. Chang and P. Chelladurai, "System-based quality dimensions in fitness services: Development of the scale of quality," *The Service Industries Journal*, 2003.
 - [14] S. Sun and Y. Pan, "Effects of service quality and service convenience on customer satisfaction and loyalty in self-service fitness centers: Differences between staffed and unstaffed services," *Sustainability (Switzerland)*, 2023.
 - [15] J. García-Fernández, P. Gálvez-Ruiz, J. Fernández-Gavira, and A. Bernal-García, "The effects of service convenience and perceived quality on perceived value, satisfaction and loyalty in low-cost fitness centers," *Sport Management Review*, 2018.
 - [16] P. Gálvez-Ruiz, F. Calabuig, M. Grimaldi-Puyana, and J. García-Fernández, "The effect of perceived quality and customer engagement on the loyalty of users of Spanish fitness centres," *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 2023.
 - [17] P. Jiménez-Jiménez, V. Pedragosa, M. Alguacil-Jiménez, and F. Calabuig-Moreno, "Analyzing the value of social interaction for fitness center management: The influence of service encounter in consumer trust and loyalty," *Physical Culture and Sport, Studies and Research*, 2025.
 - [18] F. Campos, D. Almeida, J. Aleixo, and F. Martins, "Perceptions of instructor quality, loyalty and recommendation intentions in fitness centers: a comparative analysis by role and users characteristics," *Frontiers in Sports and Active Living*, 2026.
 - [19] İ. Özdemir, A. Sevilmiş, J. García-Fernández, and P. Gálvez-Ruiz, "Customer loyalty and fitness centers competitiveness: The role of service convenience and multidimensional perceived value," *SAGE Open*, 2025.
 - [20] A. Ç. Gücal and B. Gürbüz, "Relationships between service quality, customer loyalty and customer repurchase intention: The example of health and fitness clubs," *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, 2024.
 - [21] S. AbouRokbah and M. A. Salam, "Quality and satisfaction in female fitness centers and the moderating roles of age and income: empirical evidence from Saudi Arabia," *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 2023.
 - [22] M. Haro-González, R. Pérez-Ordás, A. Grao-Cruces, and A. Nuviala, "Female users of unisex fitness centres and of fitness centres exclusive for women: satisfaction," *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 2018.
 - [23] J. García-Fernández, S. Martelo-Landroque, L. Vélez-Colon, and G. Cepeda-Carrión, "An explanatory and predictive PLS-SEM approach to the relationship between organizational culture, organizational performance and
-

- customer loyalty: The case of health clubs," *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 2018.
- [24] A. Nasrulloh, Sumaryanto, Sumarjo, and M. S. Antoni, "Does the implementation of the management function have an impact on service quality? A study at the HSC fitness center," *International Journal of Human Movement and Sports Sciences*, 2021.
- [25] S. Addolorato and N. Hormigón-Gimeno, "An analysis of active consumer behavior in a fitness boutique: satisfaction levels, perceived quality dimensions, and dropout reasons," *Retos*, 2025.
- [26] B. Foroughi, M. Iranmanesh, H. F. Gholipour, and S. S. Hyun, "Examining relationships among process quality, outcome quality, delight, satisfaction and behavioural intentions in fitness centres in Malaysia," *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 2019.
- [27] J. León-Quismondo, J. García-Unanue, and P. Burillo, "Service perceptions in fitness centers: IPA approach by gender and age," *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2020.
- [28] V. Vučković, "Relationships between modern forms of marketing, branding, and sales in the fitness industry," *Kinesiologia Slovenica*, 2021.
- [29] N. Bandyopadhyay, "Whether service quality determinants and customer satisfaction influence loyalty: A study of fitness services," *International Journal of Business Excellence*, 2018.