

PENGARUH *MARKETING MIX* 7P TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN TEMPAT *GYM* DI KOTA BOGOR

RAYYAN REDFAN SOENGKAR



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

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



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber ;
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *Marketing Mix* 7P terhadap Keputusan Pemilihan Tempat *Gym* di Kota Bogor” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2026

Rayyan Redfan Soengkar
K1401221188

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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

ABSTRAK

RAYYAN REDFAN SOENGKAR. Pengaruh *Marketing Mix* 7P terhadap Keputusan Pemilihan Tempat *Gym* di Kota Bogor. Dibimbing oleh LINDA KARLINA SARI.

Pertumbuhan pusat kebugaran di Kota Bogor memberikan banyak pilihan bagi konsumen dalam menentukan tempat olahraga. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *marketing mix* jasa terhadap keputusan pemilihan tempat *gym* di Kota Bogor. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap pengguna layanan *gym* dan dianalisis dengan *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *product*, *price*, *place*, *people*, *process*, dan *physical evidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan tempat *gym*, sedangkan *promotion* tidak berpengaruh signifikan. Variabel *people* menjadi faktor yang paling dominan, diikuti *product*, *price*, *physical evidence*, *place*, dan *process*. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan konsumen lebih dipengaruhi oleh kualitas layanan yang dirasakan secara langsung dibandingkan promosi. Oleh karena itu, pengelola *gym* perlu memprioritaskan peningkatan kualitas staf dan instruktur, layanan inti, harga, fasilitas fisik, akses lokasi, serta kemudahan proses layanan.

Kata kunci: bauran pemasaran jasa, keputusan pemilihan, perilaku konsumen, pusat kebugaran, SEM-PLS

ABSTRACT

RAYYAN REDFAN SOENGKAR. The Effect of the 7P Marketing Mix on Gym Selection Decisions in Bogor City. Supervised by LINDA KARLINA SARI.

The growth of fitness centers in Bogor City provides consumers with various options in choosing a place to exercise. This study aims to analyze the effect of the service marketing mix on gym selection decisions in Bogor City. This study used a quantitative approach through a survey of gym service users and was analyzed using *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS). The results show that *product*, *price*, *place*, *people*, *process*, and *physical evidence* have a positive and significant effect on gym selection decisions, while *promotion* does not have a significant effect. *People* is the most dominant factor, followed by *product*, *price*, *physical evidence*, *place*, and *process*. These findings indicate that consumer decisions are more influenced by the quality of services directly experienced by consumers than by promotional activities. Therefore, gym managers should prioritize improving the quality of staff and instructors, core services, pricing, physical facilities, location access, and service process convenience.

Keywords: consumer behavior, fitness center, selection decision, SEM-PLS, service marketing mix



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PENGARUH *MARKETING MIX* 7P TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN TEMPAT *GYM* DI KOTA BOGOR

RAYYAN REDFAN SOENGKAR

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Dr. Nyayu Lathifah Tirdasari, S.E., M.S.M.
- 2 Dr. Asep Taryana, S.T.P., M.M.

Judul Skripsi : Pengaruh *Marketing Mix* 7P terhadap Keputusan Pemilihan
Tempat *Gym* di Kota Bogor
Nama : Rayyan Redfan Soengkar
NIM : K1401221188

Disetujui oleh

Pembimbing :
Dr. Linda Karlina Sari, S.Stat., M.Si.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.
NIP. 197711262008122001

Tanggal Ujian:
14 Juli 2026

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari 2026 sampai bulan Juni 2026 ini ialah “Pengaruh *Marketing Mix* 7P terhadap Keputusan Pemilihan Tempat *Gym* di Kota Bogor”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada pembimbing, Dr. Linda Karlina Sari, S.Stat., M.Si. yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada Babah, Mamah, Kak Razien serta seluruh keluarga besar yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada sahabat-sahabat penulis, yaitu Razita Marsya Firzanah, Nycko, Reyhan, Arkan, Rakha, Athoillah, Valpis, Nisrina, Resta, dan Valerie yang telah memberikan dukungan, semangat, bantuan, serta kebersamaan selama proses penyusunan skripsi ini. Kehadiran, doa, dan motivasi yang diberikan menjadi bagian berarti bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2026

Rayyan Redfan Soengkar

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Keputusan Pemilihan Tempat	5
2.2 <i>Marketing Mix</i>	6
2.3 Penelitian Terdahulu	19
2.4 Kerangka Pemikiran	20
2.5 Hipotesis Penelitian	21
III METODE	25
3.1 Desain Penelitian	25
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	25
3.3 Jenis dan Sumber Data	25
3.4 Metode Pengumpulan Data	26
3.5 Metode Penarikan Sampel	26
3.6 Variabel Operasional	27
3.7 Metode Pengolahan dan Analisis Data	33
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Karakteristik Responden <i>Gym</i> Kota Bogor	37
4.2 Analisis Deskriptif	41
4.3 Analisis Model Struktural (<i>Outer Model</i>)	46
4.4 Analisis Model <i>Struktural (Inner Model)</i>	52
4.5 Uji Hipotesis	54
4.6 Implikasi Manajerial	58
V SIMPULAN DAN SARAN	63
5.1 Simpulan	63
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	69
RIWAYAT HIDUP	77



DAFTAR TABEL

1	Pembobotan skala <i>likert</i>	26
2	Variabel operasional	27
3	Karakteristik demografis responden	37
4	Karakteristik penggunaan <i>gym</i>	38
5	Jenis olahraga dan tujuan berolahraga responden di <i>gym</i>	40
6	Hasil analisis deskriptif variabel <i>product</i>	41
7	Hasil analisis deskriptif variabel <i>price</i>	42
8	Hasil analisis deskriptif variabel <i>place</i>	42
9	Hasil analisis deskriptif variabel <i>promotion</i>	43
10	Hasil analisis deskriptif variabel <i>people</i>	44
11	Hasil analisis deskriptif variabel <i>process</i>	44
12	Hasil analisis deskriptif variabel <i>physical evidence</i>	45
13	Hasil analisis deskriptif variabel keputusan pemilihan tempat <i>gym</i>	45
14	Indikator yang dihapus dari model pengukuran	48
15	Hasil uji <i>outer loading</i> setelah penghapusan indikator	49
16	Hasil uji AVE	50
17	Hasil uji HTMT	50
18	Hasil uji reliabilitas konstruk	51
19	Hasil uji kolinearitas	52
20	Hasil uji <i>R-square</i>	53
21	Hasil uji <i>f-square</i>	53
22	Uji <i>bootstrapping</i>	55
23	Implikasi manajerial	59

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka pemikiran	21
2	Hipotesis penelitian	22
3	Hasil <i>outer loading</i> sebelum penghapusan indikator	47
4	Hasil <i>outer loading</i> setelah penghapusan indikator	48

DAFTAR LAMPIRAN

1	Hasil keseluruhan uji validitas	70
2	Hasil keseluruhan uji reliabilitas	71
3	Kuesioner penelitian	71