

PENGARUH *MARKETING MIX* (7P) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN: STUDI KASUS KFITNESS JAKARTA

LAY AGNES MAGDALENA



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University





@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

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



IPB University
— Bogor Indonesia —

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 Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus KFitnes Jakarta” 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 2025

Lay Agnes Magdalena
K1401211048

ABSTRAK

LAY AGNES MAGDALENA. *Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus KFitness Jakarta*. Dibimbing oleh HARTOYO dan SENDY WATAZAWWADU'ILMI.

Meningkatnya kesadaran masyarakat Jakarta terhadap gaya hidup sehat memperketat persaingan pusat kebugaran, sementara KFitness Jakarta menghadapi fluktuasi jumlah anggota yang mencerminkan tantangan dalam menjaga kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *marketing mix* 7P terhadap kepuasan pelanggan, baik secara simultan maupun parsial. Data diperoleh dari 110 anggota aktif KFitness dengan periode pengambilan Maret-April 2025, kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan pendekatan *Weighted Least Squares*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketujuh elemen *marketing mix* berpengaruh signifikan secara simultan, namun secara parsial hanya *price*, *process*, *people*, dan *physical evidence* yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini menekankan pentingnya penetapan harga yang kompetitif, proses layanan yang efisien, peningkatan kompetensi staf, serta pemeliharaan fasilitas yang nyaman. Oleh karena itu, manajemen KFitness direkomendasikan untuk memprioritaskan strategi pada keempat elemen tersebut dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata kunci: gaya hidup sehat, kepuasan pelanggan, marketing mix 7P, pusat kebugaran, strategi pemasaran

ABSTRAK

LAY AGNES MAGDALENA. *The Influence of the 7P Marketing Mix on Customer Satisfaction: A Case Study of KFitness Jakarta*. Supervised by HARTOYO and SENDY WATAZAWWADU'ILMI.

The increasing health-conscious lifestyle among Jakarta's residents has intensified competition among fitness centers, while KFitness Jakarta faces membership fluctuations that reflect challenges in maintaining customer satisfaction. This study aims to analyze the influence of the 7P marketing mix on customer satisfaction, both simultaneously and partially. Data were collected from 110 active members of KFitness during the survey period of March-April 2025 and analyzed using multiple linear regression with the Weighted Least Squares approach. The findings indicate that all seven elements of the marketing mix have a significant simultaneous effect, but partially only price, process, people, and physical evidence show a significant influence on customer satisfaction. These results highlight the importance of competitive pricing, efficient service processes, professional staff, and well-maintained facilities. Therefore, KFitness management is recommended to prioritize strategies focusing on these four elements to improve customer satisfaction.

Keywords: customer satisfaction, fitness center, healthy lifestyle, marketing mix 7P, marketing strategy



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 2025
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.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

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



IPB University
— Bogor Indonesia —

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.

PENGARUH *MARKETING MIX* (7P) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN: STUDI KASUS KFITNESS JAKARTA

LAY AGNES MAGDALENA

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

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@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. Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M.
2. Dr. Linda Karlina Sari, S.Stat., M.Si.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

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.

Judul Skripsi : Pengaruh *Marketing Mix* 7P terhadap Kepuasan Pelanggan:
Studi Kasus KFitness Jakarta
Nama : Lay Agnes Magdalena
NIM : K1401211048

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Prof. Dr. Ir. Hartoyo M.Sc.



Pembimbing 2:
Sandy Watazawwadu'ilmi S.E., M.M.



Diketahui oleh

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



Tanggal Ujian: 28 Juli 2025

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat, kasih sayang, dan pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik. Penelitian ini dilaksanakan sejak Februari hingga Juni 2025 dengan mengangkat tema strategi pemasaran jasa dalam industri kebugaran, yang dituangkan dalam skripsi berjudul *“Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus KFitnes Jakarta.”*

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara akademis maupun personal. Secara khusus, terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Hartoyo, M.Sc. selaku dosen pembimbing utama dan Ibu Sendy Watazawadu’ilmi, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing anggota, atas bimbingan, arahan, dan motivasi yang telah diberikan sejak awal hingga akhir proses penyusunan skripsi ini.
2. Dosen pembimbing akademik, moderator seminar, serta penguji luar komisi atas ilmu, masukan, dan koreksi yang sangat berharga bagi perbaikan dan penyempurnaan karya ilmiah ini.
3. Manajemen KFitnes Jakarta, atas kerja sama dan izin yang telah diberikan selama proses pengumpulan data, serta seluruh staf dan responden yang telah membantu memberikan data secara sukarela.
4. Kedua orang tua tercinta, atas kasih sayang, doa, dan dukungan moril yang tiada hentinya selama proses studi.
5. Suami tercinta, atas pengertian, semangat, dan cinta yang selalu menjadi penyemangat utama dalam menyelesaikan studi ini.
6. Rekan-rekan seperjuangan Sekolah Bisnis angkatan 58, atas kebersamaan dan semangat yang turut mewarnai perjalanan akademik ini.
7. Diri penulis sendiri, atas keberanian memulai, ketekunan menjalani proses, dan komitmen menyelesaikan hingga akhir.

Penulis menyadari bahwa karya ini masih memiliki keterbatasan. Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran jasa di industri kebugaran Indonesia.

Bogor, Juni 2025

Lay Agnes Magdalena

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat	7
1.5 Ruang Lingkup	7
II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Pemasaran Jasa	9
2.2 Marketing Mix	10
2.3 Kepuasan Pelanggan	15
2.4 Peneliti Terdahulu	17
2.5 Kerangka Pemikiran	21
2.6 Model dan Hipotesis Penelitian	21
III METODE	23
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	23
3.2 Jenis dan Sumber Data	23
3.3 Teknik Pengambilan Sampel	23
3.4 Definisi Operasional Variabel	24
3.5 Pengolahan dan Analisis Data	27
3.6 Model Regresi Berganda	33
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Hasil	35
4.2 Pembahasan	37
V PENUTUP	57
5.1 Simpulan	57
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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.

DAFTAR TABEL

1	Ringkasan Penelitian Terdahulu	17
2	Definisi Operasional Variabel Penelitian	24
3	Rentang Skala Analisis Deskriptif	29
4	Hasil Uji Validitas	30
5	Kriteria Penilaian Reliabilitas Cronbach's Alpha	31
6	Hasil Uji Reliabilitas	31
7	Keunggulan KFitnes	37
8	Karakteristik responden	38
9	Hasil Analisis Deskriptif	43
10	Hasil Uji Normalitas	45
11	Hasil Uji Multikolinieritas	46
12	Hasil Uji Breusch Pagan	47
13	Hasil Uji Autokorelasi	48
14	Hasil Regresi Menggunakan Weighted Least Squares (WLS)	49
15	Hasil Uji F (Simultan)	50
16	Hasil Uji Koefisien Determinasi	54
17	Rekomendasi Implikasi Manajerial	55

DAFTAR GAMBAR

1	Lima Teratas Belanja Masyarakat dalam Industri Olahraga (2024)	1
2	Jumlah Anggota KFitnes	3
3	Kerangka Penelitian	20
4	Model Konseptual Penelitian	21
5	Logo Perusahaan KFitnes	36
6	Struktur Organisasi KFitnes	38
7	Penggunaan Jasa Personal Trainer	40
8	Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Jasa Personal Trainer KFitnes	41
9	Sumber Informasi Mengenai KFitnes	42
10	Histogram dan Normal Q-Q Plot Sisaan Model Regresi	45

DAFTAR LAMPIRAN

1	Data Fitness Center di Jakarta Pusat	63
2	Kuisisioner Penelitian	66
3	Daftar Harga KFitnes	68
4	Tabulasi Data Jawaban Responden	69