

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT
PELANGGAN MEMILIH SPIRIT GYM**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Mendapatkan Gelar
Sarjana Ekonomi Paa Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh

ALDI HERMAWAN HANDOKO

NIM. 18050101061

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
KENDARI
2024**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**


Jalan Sultan Qaimuddin No. 17 Kelurahan Baruga, Kendari Sulawesi Tenggara
Telp/Fax. (0401) 3193710/ 3193710
email : iainkendari@yahoo.co.id website : http://iainkendari.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Skrripsi dengan Judul "PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT PELANGGAN MEMILIH SPIRIT GYM" yang ditulis oleh **ALDI HERMAWAN HANDOKO** NIM. **18050101061** Mahasiswa Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas **Ekonomi dan Bisnis Islam** IAIN Kendari, telah diuji dan dipresentasikan dalam **Ujian Skripsi** yang diselenggarakan pada hari **Selasa** tanggal **25 Juni 2024** dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk **memperoleh gelar (SE)**.

Dewan Penguji Skripsi

Ketua	:	Dr. Wahyuddin Maguni SE, M.Si,	(..... )
Sekretaris	:	Nurjannah, S.Kom., M.Pd.	(..... )
Anggota1	:	Adzil Arsyil Sabana SE, ME	(..... )
Anggota2	:	Miswar Rohansyah, SE, M.SA, Ak.	(..... )

Kendari, 01 Juli 2024
Dekan

Dr. Muhammad Hadi, M.H.I.
NIP. 197508152009011011

Visi Program Studi Ekonomi Syariah (ESY) :

"Menjadi Program Studi Terdepan dalam Pengembangan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Syariah Yang Transdisipliner"



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KENDARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Sultan Qaimuddin No. 17 Kelurahan Baruga - Kota Kendari

Telp/Fax (0401) 3193710 E-mail.iainkendari@yahoo.co.id

Website: http://iainkendari.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul **“PENGARUH BARUAN PEMASARAN TERHADAP MINAT PELANGGAN MEMILIH SPIRIT GYM”** Atas nama Aldi Hermawan Handoko Nim 18050101061, Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam (EI) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari, telah dikonsultasikan dan disetujui oleh pembimbing dengan perbaikan dan selanjutnya dapat melaksanakan ujian skripsi. Demikian persetujuan ini diberikan untuk proses selanjutnya.

Kendari, 27 Mei 2024

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Dr. Wahyuddin Maguni SE., M.Si.
NIP.197009182000031001


Nurjannah S. Kom, M.Pd.
NIP.197608062005012006

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa segala informasi dalam skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Pelanggan Memilih Spirit Gym”. Melalui pembimbing Dr. Wahyuddin Maguni SE., M.Si. dan Nurjannah S. Kom, M.Pd. yang telah memberikan arahan sesuai dengan pedoman keilmuan dan kode etik IAIN Kendari. Saya menyatakan yang sebenar-benarnya bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak ada karya yang sudah di ajukan sebelumnya untuk mendapatkan sertifikasi empat tahun di perguruan tinggi. Semua sumber referensi yang digunakan dalam skripsi ini telah di referensikan dalam daftar pustaka. Dengan penuh perhatian, skripsi ini saya kerjakan dan selesaikan sendiri. jika kemudian terbukti bahwa skripsi ini salinan pemalsuan, peniruan, yang dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau tingkat tertentu, maka skripsi dan judul yang diperoleh selanjutnya menjadi tidak sah dan batal.

Kendari, 25 Juni 2024

Penulis,



Aldi Hermawan Handoko

NIM. 18050101061

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai sivitas akademik Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aldi Hermawan Handoko
Nim : 18050101061
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari **Hak Bebas Royalty Non-Eksekutif (Non-Exsclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

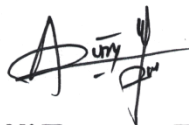
“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Pelanggan Memilih Spirit Gym”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti non-eksekutif ini Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Kendari, 25 Juni 2024

Yang menyatakan.



Aldi Hermawan Handoko
18050101061

KATA PENGANTAR



Puji syukur hanya milik Allah S.W.T, yang telah melimpahkan rahmat-Nya dan pengetahuan-Nya, sehingga penulisan skripsi yang berjudul **“PENGARUH BARUAN PEMASARAN TERHADAP MINAT PELANGGAN MEMILIH SPIRIT GYM”** dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad S.A.W, sebagai tokoh revolusioner yang telah merubah zaman kehidupan dari kejahiliaan menjadi hikmah dan tentram.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai pihak yang telah memberikan dukungan serta bantuan khususnya kepada orang tua saya yang telah mendukung, memberikan motivasi, serta do'a yang paling tulus sehingga bisa menyelesaikan penyusunan hasil skripsi ini dan memberikan dukungan baik moril dan materil yang telah banyak dikorbankan untuk saya.

Dengan segala ketulusan hati maka sepantasnya penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya utamanya kepada:

1. Prof. Dr. Husain Insawan, M.Ag selaku Rektor IAIN Kendari yang telah memberikan dukungan sarana dan fasilitas serta kebijakan yang mendukung penyelesaian penelitian penulis.
2. Dr. H. Muhammad Hadi, M.HI selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kendari yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
3. Adzil Arsyi Sabana SE, ME selaku Kaprodi Ekonomi Syariah IAIN Kendari yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
4. Dr. Wahyuddin Maguni SE., M.Si selaku pembimbing I yang mengarahkan dan memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Nurjannah S. Kom, M.Pd. selaku pembimbing II, yang selalu memberikan saran dan perbaikan dalam penulisan skripsi ini.
6. Kepada seluruh rekan-rekan prodi Ekonomi Syariah yang selalu mendukung, memberi semangat serta memberikan

motivasi untuk segera menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

7. Nita Nur Pangestuti S.E yang selalu menemani penulis pada hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan skripsi. Terima kasih telah menjadi bagian perjalanan saya dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis berharap semoga bantuan dan berbagai upaya yang telah disumbangkan kepada penulis, mendapat pahala yang setimpal disisi Allah S.W.T. Akhirnya penulis memohon ampunan kepada Allah S.W.T atas segala khilaf baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja.

Kendari, 30 April 2024
Penulis



Aldi Hermawan Handoko
18050101061

ABSTRAK

Aldi Hermawan Handoko NIM 18050101061. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Pelanggan Memilih Spirit Gym, Dibimbing Oleh Dr. Wahyuddin Maguni SE., M.Si. dan Nurjannah S. Kom, M.Pd.

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Pelanggan Memilih Spirit Gym, Adapun rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah Apakah Bauran Pemasaran mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat pelanggan di Spirit Gym?, Adapun jenis dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif regresi linear sederhana dengan menggunakan alat analisis spss versi 26. Berdasarkan temuan penelitian, bahwa Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Pelanggan Memilih Spirit Gym sebagai berikut Berdasarkan dari uji yang telah dilakukan yaitu uji parsial (uji T) mendapatkan hasil yaitu Uji Parsial (Uji-T) Variabel Bauran Pemasaran signifikansi berdasarkan hasil pengujian adalah sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Maka variabel Bauran Pemasaran secara parsial berpengaruh terhadap variabel minat. Kemudian dapat disimpulkan bahwa Bauran Pemasaran yaitu produk, harga, tempat, dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pelanggan Spirit Gym dan mempengaruhi keberhasilan pemasaran suatu produk atau layanan. Sebesar 69,1% yang telah dilakukan oleh uji Hasil Uji koefisien Determinasi (R²)

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Minat, Spirit Gym, Regresi Sederhana

ABSTRACT

Aldi Hermawan Handoko NIM 18050101061. The Influence of Marketing Mix on Customer Interest in Choosing Spirit Gym, Guided by Dr. Wahyuddin Maguni SE., M.Si. and Nurjannah S. Kom, M.Pd.

This research discusses the Influence of the Marketing Mix on Customer Interest in Choosing Spirit Gym. The problem formulation contained in this research is Does the Marketing Mix have a significant influence on customer interest in Spirit Gym? The type and approach used in this research is quantitative research. simple linear regression using the SPSS version 26 analysis tool. Based on research findings, the influence of the marketing mix on customer interest in choosing Spirit Gym is as follows. Based on the test that has been carried out, namely the partial test (T test), the results are the Partial Test (T-Test) The significance of the Marketing Mix variable based on the test results is 0.000. This shows that the significance value is smaller than 0.05. So the Marketing Mix variable partially influences the interest variable. Then it can be concluded that the Marketing Mix, namely product, price, place and promotion, has a significant influence on Spirit Gym customer interest and influences the marketing success of a product or service. Amounting to 69.1% which has been carried out by the test results of the coefficient of determination (R²)

Keywords: Marketing Mix, Interest, Spirit Gym, Simple Regression

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Batas Masalah	6
1.3. Rumusan Masalah	7
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	8
1.5.1. Mamfaat Praktis	8
1.5.2. Mamfaat Teoritis	8
1.6. Devinisi Operasional	9
1.7. Sistematis Pembahasan	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Relevan 14

2.2. Landasan Teori 21

 2.2.1. Bauran Pemasaran 21

 2.2.2. Minat 40

2.3. Grand Theory..... 47

2.4. Kerangka Pikir..... 50

2.5. Hipotesis 54

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian 55

3.2. Waktu Dan Tempat Penelitian 55

3.3. Desain Penelitian 56

3.4. Populasi Dan Sampel..... 57

3.5. Teknik Pengumpulan Data..... 58

3.6. Instrument Penelitian..... 60

3.7. Teknik Analisi Data 61

 3.7.1. Persamaan Regresi Linier Sederhana 62

 3.7.2. Langkah-Langkah Analisis Dan Uji Regresi
 Linier Sederhana..... 63

 3.7.3. Koefisien Korelasi 64

 3.7.4. Uji Signifikan Dan Hipotesis..... 64

 3.7.5. Uji-t..... 65

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Hasil Penelitian	67
4.1.1.	Gambaran Spirit Gym	67
4.2.	Pengujian Dan Hasil Data	69
4.2.1.	Statistic Deskriptif	69
4.2.2.	Uji Asumsi Klasik	71
a.	Uji Normalitas	71
b.	Uji Heteroditas	73
c.	Uji Linearitas	75
d.	Uji Autokorelasi	75
4.2.3.	Uji Bivariat	76
4.2.4.	Uji Regresi Sederhana	78
4.2.5.	Hasil Uji Hipotesis	79
a.	Uji Determinasi (R^2)	79
b.	Uji Parsial (Uji T)	80
4.3.	Pembahasan Hasil Penelitian	82
4.3.1.	Pembahasan Hasil Hipotesis	82
BAB V PENUTUP		
5.1.	Kesimpulan	92
5.2.	Saran	94
5.3.	Rekomendasi	94
DAFTAR PUSTAKA		
		95
LAMPIRAN		
		100