

PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PUSAT KEBUGARAN BORNEO GYM BANJARMASIN

Muhammad Rama Salim¹, Husnurrofiq², Abdurrahim³

¹Manajemen,61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB, NPM.19310054

²Manajemen,61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB, NIK. 068804032

³Manajemen,61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB, NIK. 061604895

Email:rama.salim59@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian untuk mengetahui apakah bauran promosi yang dilakukan Borneo Gym berhasil untuk meningkatkan pelanggan selama ini dan untuk mengetahui teknik strategi bauran promosi apa yang digunakan Borneo Gym dalam mempromosikannya. Dalam penelitian yang dilakukan penulis ini adalah metode deskriptif, yaitu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif gambaran atas lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta- fakta sifat- sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Bauran promosi berpengaruh terhadap meningkatnya member atau pengunjung di Borneo Gym Banjarmasin sehingga dari tahun ke tahun semakin banyak pengunjung perdatang yang menjadi member disana yang berarti semua promosi yang dilakukan bisa dibilang berhasil membuat pelanggan puas dengan fasilitas yang ditawarkan di Borneo Gym dan bahkan borneo gym termasuk dalam 5 gym terkemuka di Banjarmasin. Dari hasil penelitian ini bahwa bauran promosi berpengaruh terhadap meningkatnya pelanggan dan kepuasan pelanggan

Kata Kunci : Bauran, Promosi,

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Achamad Jatmico(2019)PERSEPSI MEMBER VIRENKA GYM TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
- Ali.hasan.2013.Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta. CAPS. (CenterFor Academic Publishing Service).
- Armelini (2020) Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Dange Di Desa Benteng Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep
- assauri, s. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Assauri, Sofjan. 2012. *Strategic Marketing Sustaining Lifetime Customer Value*. Jakarta. Raja Grafindo Persada.
- Babin, Zikmund. 2010. *Menjelajahi Riset Pemasaran Buku 1 Edisi 10*. Jakarta: Salemba Empat.

- Babin, Zikmund. 2010. Menjelajahi Riset Pemasaran Buku 1 Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat.
- Daryanto. 2011. Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah. Bandung: Satu Nusa.
- Eriza Yolanda. 2017. "Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan pada Butik Calista". Jurnal I-Economic, Vol.3, No 1.
- Fandi, Tjiptono. 2014. Service, Quality & Satisfaction. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran. Edisi 4: Andi
- Husein Umar. 2015. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis
Bisnis. Edisi Baru. Raja Grafindo Persada
- Kotler dan Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Jilid 2*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip & Keller. 2008. Manajemen Pemasaran Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi13.
Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid
- Martono, Nanang. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: PT Raya Grafindo Persada.
- Oentoro, Deliyanti. (2012). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Laksbang Pressindo
- P. joko Subagyo. 2011. Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik. Yogyakarta: Penerbit Rineka Cipta
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller,(2012,) Manajemen Pemasaran .Ketiga Belas.
- Ridwan Hamidi (2023), Pengaruh People, Process, Dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Objek Wisata Asia Farm Kota Pekanbaru
- Robby Anggara Putra (2021)PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PUSAT KEBUGARAN *EXECUTIVE FITNESS CENTER* KOTA JAMBI
- Rosiana, Tri Handayani.2012. Bauran Pemasaran.Edisi ke-12 Jilid 2. Jakarta ; Erlangga
- Rosihan Anwar (2019),PENGARUH HARGA, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
- Sedjati (2018). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta,
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta

Supranto, J. 2000. Teknik Sampling untuk Survei dan Eksperimen. Jakarta: Penerbit PT Rineka Cipta

Supriyati. 2011. Metodologi Penelitian. Bandung: Labkat press.

Tjiptono, Fandy (2017), Strategi Pemasaran, Edisi 4, Yogyakarta:

Widoyoko, Eko Putro. (2014). Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian. Yogyakarta : Pustaka Pelajar

Zeithaml, V. M. (2013). *Services Marketing*. Boston: Mc.Graw-Hill.