



STRATEGI *PERSONAL SELLING GOLD'S GYM*
TERHADAP PEMASARAN PROGRAM *MEMBERSHIP*
(Studi Kasus terhadap *Fitness Consultan Gold's Gym Citywalk Sudirman*)

Periode Januari – Juli 2017

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Bidang Studi *Marketing Communication and Advertising*

Disusun oleh :

IRMAN MAULIDA SUNARYA

44313010013

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
MARKETING COMMUNICATION AND ADVERTISING
UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2017



UNIVERSITAS MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI *MARCOMM & ADVERTISING*

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : IRMAN MAULIDA SUNARYA
Nim : 44313010013
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Marketing Communication & Advertising
Judul Skripsi : STRATEGI *PERSONAL SELLING GOLD'S GYM*
TERHADAP PEMASARAN PROGRAM *MEMBERSHIP*
(Studi Kasus terhadap *Fitness Consultan Gold's Gym*
Citywalk Sudirman) Periode Januari – Juli 2017

Jakarta, 30 Agustus 2017

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mengetahui

Pembimbing


(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



UNIVERSITAS MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI *MARCOMM & ADVERTISING*

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : IRMAN MAULIDA SUNARYA
Nim : 44313010013
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : *Marketing Communication & Advertising*
Judul Skripsi : *STRATEGI PERSONAL SELLING GOLD'S GYM
TERHADAP PEMASARAN PROGRAM MEMBERSHIP
(Studi Kasus terhadap Fitness Consultan Gold's Gym
Citywalk Sudirman) Periode Januari – Juli 2017*

Jakarta, 18 September 2017

MERCU BUANA
Mengetahui

1. Ketua Sidang
Nama : Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si
2. Penguji Ahli
Nama : Tri Diah Cahyowati, M.Si
3. Pembimbing Ahli
Nama : Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

(.....)
(.....)
(.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MARCOMM & ADVERTISING

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI *PERSONAL SELLING GOLD'S GYM*
TERHADAP PEMASARAN *PROGRAM MEMBERSHIP*
Studi kasus terhadap *Staff Fitness Consultan GG Citywalk*

Nama : IRMAN MAULIDA SUNARYA

Nim : 44313010013

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Marketing Communication & Advertising*

Jakarta, 02 Oktober 2017

Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing

Ketua Bidang Studi MarComm

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)

(Dr. Farid Hamid , M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

(Ponco Budi S.M.Com., Ph.D.)



UNIVERSITAS MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI *MARCOMM & ADVERTISING*

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Irman Maulida Sunarya
NIM : 44313010013
Fakultas : Fakultas Ilmu Komunikasi (Fikom)
Program Studi : *Marketing Communication and Advertising*
Judul Skripsi : STRATEGI *PERSONAL SELLING GOLD'S GYM*
TERHADAP PEMASARAN PROGRAM
MEMBERSHIP
(Studi Kasus terhadap *Fitness Consultan Gold's*
Gym Citywalk Sudirman)
Periode Januari – Juli 2017

Menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini adalah benar hasil karya saya sendiri. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah dan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila nantinya terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 Agustus 2017


(Irman Maulida Sunarya)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan YME atas segala rahmat, berkat, dan karunia-Nya, karena setelah melalui proses yang panjang, akhirnya penulis berhasil menyelesaikan pembuatan skripsi yang berjudul “Strategi *Personal Selling Gold’s Gym* terhadap pemasaran program *membership* (Studi kasus terhadap *Fitness consultan Gold’s gym citywalk sudirman*)” yang merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi bidang studi *Advertising & Marketing Communication (MarComm)* pada Universitas Mercu Buana Jakarta.

Adapun proses yang penulis lalui tidak terlepas dari kendala atau hambatan serta dukungan orang-orang sekitar. Namun berkat dorongan orang-orang terdekat yang selalu memberikan motivasi serta bantuan dari berbagai pihak, menjadikan penulis mampu menghadapi kendala yang datang tersebut. Oleh karena itu, pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengungkapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya pada berbagai pihak yang telah membantu baik secara material maupun spiritual, sehingga selesainya penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya dipersembahkan pada :

1. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si. selaku ketua bidang studi *marcomm and advertising* yang selalu senantiasa memberikan bimbingannya terhadap para mahasiswanya, khususnya mahasiswa *marcomm* .

2. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku dosen pembimbing akademik (PA) MarComm'13 Universitas Mercu Buana yang senantiasa selalu memberikan saya masukan dan bimbingan selama saya mengikuti pembelajaran di Universitas mercu buana dari mulai awal semester sampai dengan lulus saat ini.
3. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. selaku dosen pembimbing utama dalam penyusunan skripsi ini , penulis mengucapkan terimakasih banyak yang telah meluangkan waktu dan tidak pernah bosan untuk memberikan bimbingan serta pengarahan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini hingga selesai
4. Para Dosen Jurusan *MarComm & Advertising* yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama penulis mengikuti perkuliahan di Fikom Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh Staff, TU Fikom Universitas Mercu Buana dan perpustakaan yang telah memberikan kemudahan dalam keperluan akademis penulis.
6. Bapak Sunarya dan Ibu Siti Rokayah sebagai orang tuaku tercinta, yang selalu menjadi panutan dan motivator dalam segala hal, yang tidak pernah berhenti mendoakan, memberikan kasih sayang dan dukungan serta bantuan secara moral dan materi selama ini.
7. Teman-teman tercinta, penulis mengucapkan terimakasih karena selalu menyemangati dan mendengar keluhanku, alhamdulillah pada akhirnya penyusunan proposal skripsi penulis dapat terselesaikan.

8. Keluarga besar *Marcomm & Advertising* khususnya angkatan 2013 dan rekan-rekan yang tidak disebutkan namanya, terima kasih atas pemikiran, support dan hubungan baik yang terbina selama ini.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis berharap penelitian skripsi ini dapat bermanfaat sebagai bahan masukan, dan penulis juga menyadari dalam penulisan penelitian skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan karena keterbatasan waktu dan pengetahuan, oleh karena itu saran dan kritik membangun sangat diharapkan.

Amin Ya Rabbal Alamain.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
LEMBAR KARYA PERNYATAAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.4.1 Manfaat Akademis	15
1.4.2 Manfaat Praktis	15

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Pemasaran.....	16
2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran	23
2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	27
2.3.1 Analisis <i>SWOT</i>	28
2.3.2 <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>	32
2.4 Promosi	34
2.5 Bauran Promosi	36
2.5.1 <i>Advertising</i>	38
2.5.2 <i>Sales Promotion</i>	38
2.5.3 <i>Public Relation & Publicity</i>	39
2.5.4 <i>Direct Marketing</i>	40
2.5.5 <i>Personal Selling</i>	40
2.6 Komunikasi Antarpribadi.....	41
2.6.1 Karakteristik Komunikasi Antarpribadi	43
2.6.2 Ciri-ciri Komunikasi Antarpribadi	45
2.6.3 Proses Komunikasi Antarpribadi	47
2.7 <i>Personal Selling</i>	48

2.7.1 Tujuan <i>Personal Selling</i>	51
2.7.2 Karakteristik <i>Personal Selling</i>	52
2.7.3 Jenis-jenis <i>Personal Selling</i>	54
2.7.4 Faktor-faktor <i>Personal Selling</i>	56
2.7.5 Kelebihan dan Kekurangan <i>Personal Selling</i>	57
2.8 Strategi <i>Personal Selling</i>	59
2.8.1 Analisa Perencanaan <i>Personal Selling</i>	59
2.8.2 Implementasi <i>Personal Selling</i>	62
2.8.3 Evaluasi <i>Personal Selling</i>	67
2.9 <i>Personal Selling</i> sebagai Pemasaran Perusahaan.....	67
2.10 Penjualan	70
2.11 Mengelola Tenaga Penjual.....	71

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian.....	74
3.2 Metode Penelitian.....	76
3.3 Subyek Penelitian.....	78
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	81
3.4.1 Data Primer	82
3.4.2 Data Sekunder.....	83
3.5 Teknik Analisis Data.....	84
3.6 Teknik Keabsahan Data	85

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	87
4.1.1 Gambaran konsep <i>Gold's gym</i>	87
4.1.2 Sejarah Umum <i>Gold's Gym</i>	89
4.1.3 Visi dan Misi <i>Gold's Gym</i>	91
4.1.4 Logo, Slogan, dan Profil <i>Gold's Gym</i>	92
4.1.5 Gambaran umum <i>Gold's gym Citywalk</i> Sudirman.....	93
4.1.6 Struktur Organisasi <i>Staff Gold's Gym Citywalk</i> Sudirman.....	94
4.1.7 Departement <i>Staff Gold's Gym</i>	95
4.1.8 Program <i>Gold's Gym</i>	97
4.1.9 Fasilitas <i>Gold's Gym</i>	100
4.1.10 Saluran Media Promosi <i>Gold's Gym</i>	103
4.2 Hasil Penelitian	104
4.2.1 Perencanaan <i>Personal Selling</i>	106
A. Analisis Situasi.....	107
B. Analisis <i>SWOT</i>	109
C. <i>Target Market</i> dan <i>Positioning</i>	115

D. Analisis Kompetitor Perusahaan.....	118
E. Jenis komunikasi dan Media promosi	119
F. Perumusan <i>Personal Selling</i>	121
4.2.2 Implementasi <i>Personal Selling</i>	123
A. <i>Prospectting & Qualfying</i>	124
B. <i>Preeapproach</i>	125
C. <i>Approach</i>	126
D. <i>Presentation and Demonstration</i>	128
E. <i>Handling Objection</i>	131
F. <i>Closing the Sales</i>	132
G. <i>Follow up / Servicing</i>	133
4.2.3 Evaluasi <i>Personal Selling</i>	135
4.3 Pembahasan.....	139
4.3.1 Perencanaan <i>Personal Selling</i>	142
4.3.2 Implementasi <i>Personal Selling</i>	145
4.3.3 Evaluasi <i>Personal Selling</i>	149

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	151
5.2 Saran.....	156
5.2.1 Saran Akademis.....	156
5.2.2 Saran Praktis.....	156

DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Penjualan	12
Gambar 2.1 Bauran Pemasaran	25
Gambar 2.3.1 Analisis <i>SWOT</i>	30
Gambar 2.3.2 Analisis STP	32
Gambar 2.5 Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>)	37
Gambar 2.6.2 Ciri-ciri Komunikasi Antarpribadi	45
Gambar 2.8.2 Implementasi <i>Personal Selling</i>.....	63
Gambar 4.1.4.1 Logo Perusahaan <i>Gold's Gym</i>	92
Gambar 4.1.4.2 Slogan Perusahaan <i>Gold's Gym</i>	92
Gambar 4.1.6 Struktur Organisasi <i>Staff (FC) Gold's Gym Citywalk</i> Sudirman	94
Gambar A. <i>Single Club</i>	96
Gambar B. <i>All Club</i>	97
Gambar C. <i>Corporate Membership</i>	97
Gambar A. <i>Strength Area</i>	100
Gambar B. <i>Cardio Area</i>	100
Gambar C. <i>GGX Studio</i>	101
Gambar D. <i>Cycling Studio</i>	101
Gambar E. <i>Yoga Studio</i>	102
Gambar F. <i>Locker Area</i>	102
Gambar G. <i>Sauna Area</i>	103

DAFTAR LAMPIRAN

1. SURAT PERMOHONAN WAWANCARA
2. TRANSKRIP WAWANCARA
3. FOTO STAFF FITNESS CONSULTAN GOLD'S GYM CITYWALK
4. FOTO KEGIATAN FITNESS CONSULTAN
5. ANALISIS KOMPETITOR
6. MEMO PROMOSI GOLD'S GYM
7. CURRICULUM VITAE



UNIVERSITAS
MERCU BUANA