



UNIVERSITAS MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI MARCOMM & ADVERTISING

Nama : Irman Maulida Sunarya
NIM : 44313010013
Judul : STRATEGI *PERSONAL SELLING GOLD'S GYM* TERHADAP PEMASARAN PROGRAM *MEMBERSHIP* (Studi Kasus terhadap *Fitness Consultan Gold's Gym Citywalk Sudirman*) Periode Januari- Juli 2017
Bibliografi : 5 Bab, x + 157 halaman + lampiran + 22 referensi

ABSTRAK

Persaingan dalam industri bisnis pusat kebugaran semakin ketat. Beberapa *brand* pusat kebugaran (*mega gym*) menjadi *brand* utama di Indonesia dengan berbagai penawaran program dan promosi yang menarik dari masing-masing perusahaan. Kesadaran akan pentingnya kesehatan menjadi salah satu faktor utama berkembangnya industri pusat kebugaran di Indonesia.

Gold's gym sebagai pelopor sarana pusat kebugaran berskala Internasional, melihat bahwa permintaan pasar yang besar di Indonesia, terhadap tingginya kebutuhan sarana dan prasarana pusat kebugaran yang memadai, tentunya hal ini menjadi sebuah peluang *gold's gym* untuk memasarkan jasanya dengan membuat program promosi yang sangat menarik, disamping itu mempersiapkan strategi yang sudah diterapkan menggunakan strategi *personal selling*.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi *personal selling Gold's gym* terhadap pemasaran program *membership* (Studi kasus terhadap *Fitness consultan Gold's gym citywalk sudirman*). Penelitian ini menggunakan konsep strategi *personal selling* yaitu tahap analisis dan perencanaan, tahap implementasi, dan tahap evaluasi. Dari setiap tahapan akan ada penjabarannya.

Personal selling dijadikan saluran komunikasi pemasaran utama oleh *Gold's gym* dalam menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan. Strategi *personal selling* ini dinilai sangat efektif karena bersifat dua arah dan bertatap muka langsung dengan pelanggan. Hal ini terbukti dari peningkatan persentase penjualan program *membership* pada *Gold's gym Citywalk sudirman*.