



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Public Relations*  
Lily Rosmalia  
44213110129

Komunikasi Interpersonal *Trainer Celebrity Fitness* Pondok Indah Dalam Menjaga Loyalitas Anggota *Celebrator* (Periode Juli 2014-Juni 2015)  
Jumlah halaman : xiv + 80 halaman + 50 Lampiran  
Bibliografi : 32 acuan, Tahun 1996 - 2013

### ABSTRAK

Keberadaan pelanggan sangatlah penting bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, pelanggan merupakan tujuan akhir sekaligus aset bagi perusahaan. Perkembangan bisnis di bidang jasa kesehatan atau *fitness center* yang cukup signifikan beberapa tahun belakangan ini telah memicu banyaknya *fitness center* baru yang berdampak pada ketatnya persaingankhususnya dalam mendapatkan pelanggan yang loyal. Sebagai salah satu *fitness center*, *Celebrity Fitness* menghadapi persaingan di sektor usaha tersebut. Dalam mempertahankan anggotanya, *Celebrity Fitness* merasa perlu meningkatkan pelayanannya dalam mempertahankan dan menjaga loyalitas para anggota *Celebrator*.

Penelitian yang dilakukan ini untuk mengetahui komunikasi interpersonal antara Trainer dengan anggota *Celebrator* terkait dengan usahanya dalam menjaga loyalitas anggota *Celebrator* dengan menggunakan teori komunikasi interpersonal dan teori mengenai *customer relationship*.

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dan sifat penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam serta studi kepustakaan. Peneliti menyajikan gambaran maupun uraian mengenai komunikasi interpersonal sebagaimana adanya yang didapatkan dari hasil penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal antara *Trainer* dengan anggota *Celebrator* yang terjalin dengan baik, merupakan salah satu faktor pendukung dari loyalnya anggota *Celebrator* kepada *Celebrity Fitness* dan juga membantu dalam usahanya mendapatkan anggota *Celebrator* baru.