

RINGKASAN EKSEKUTIF

Project improvement bertujuan untuk menganalisa permasalahan yang ada pada sebuah perusahaan dan memberikan solusi yang tepat sesuai dengan permasalahan yang dihadapi. Oleh karena itu setelah penulis menganalisa keadaan dari perusahaan, penulis mengetahui permasalahan yang dihadapi adalah rendahnya tingkat *repeat purchase* yang dilakukan oleh *member* 20FIT. Untuk mengetahui akar dari permasalahan, penulis melakukan wawancara kepada pihak internal dan eksternal perusahaan serta melakukan *secondary research* yang berguna untuk mendukung data-data yang dibutuhkan. Melalui data tersebut penulis menganalisa dan mengidentifikasi lebih lanjut menggunakan *Fishbone Diagram* dan *Interrelation Diagram* sehingga menemukan akar permasalahan yaitu belum adanya program untuk *maintain member*.

Setelah mengetahui akar permasalahan, penulis menggunakan beberapa pendekatan konseptual yaitu *relationship marketing*, *consumer retention*, *5 consumer retention tools*, dan *customer loyalty* untuk mendapatkan solusi alternatif yang dibutuhkan. Terdapat tiga alternatif solusi yang penulis berikan untuk meningkatkan *repeat purchase* dari pembelian paket oleh *member* di studio Senayan yaitu *Reactive 7 Days Challenge*, *20FIT Elite Club*, dan *Recharge package*. Selanjutnya penulis melakukan evaluasi terhadap tiga alternatif solusi tersebut dan mendapatkan hasil dengan nilai tertinggi pada alternatif pertama yaitu program *Reactive 7 Days Challenge*.

EXECUTIVE SUMMARY

Project improvement aims to analyze existing problems in a company and provide appropriate solutions that match the problems. Therefore, after the authors analyze the circumstances of the company, the authors know the problems is the low level of repeat purchases made by 20FIT member. To find out the root problem, the authors conduct interviews from the internal and external and do secondary research that is useful to support the data required. Through these data the authors analyze and identify further using the Fishbone Diagram and Interrelation Diagram and find the root of the problem is the absence of a program to maintain member.

After knowing the root of the problem, the author uses several conceptual approaches that are relationship marketing, consumer retention, 5 consumer retention tools, and customer loyalty to get alternative solutions needed. There are three alternative solutions that the authors provide to increase the repeat purchase of package purchases by members in the studio Senayan that are Reactive 7 Days Challenge, 20FIT Elite Club, and Recharge package. Furthermore the authors evaluate the three alternative solutions and get the results with the highest value on the first alternative is the Reactive 7 Days Challenge.