

RINGKASAN EKSEKUTIF

GOiFEX adalah sebuah acara *Sport and Lifestyle Expo*, yang didalamnya terdapat berbagai jenis program olahraga seperti *Zumba, Weightlifting, Extreme Sports* dan lainnya serta tempat aktivasi *brand-brand* yang terlibat. Tujuan dari pelaksanaan acara ini adalah untuk menjadi platform yang bisa menyatukan seluruh komunitas yang bergerak di bidang kesehatan, *fitness*, dan *wellness* di Asia Tenggara.

Melalui teknik pengambilan data *In-depth Interview, Focus Group Discussion*, Kuesioner, serta observasi di lapangan, tim penulis menemukan permasalahan utama yang dialami oleh GOiFEX adalah *Brand Image* yang kurang baik. Akar penyebab yang mengakibatkan permasalahan ini terjadi adalah kualitas layanan yang di bawah ekspektasi konsumen. Kualitas layanan tersebut berdampak secara langsung terhadap tingkat *customer satisfaction*, sehingga brand image dari GOiFEX menjadi kurang baik di mata konsumen.

Sebagai solusi dari permasalahan ini, tim penulis menyarankan pihak GOiFEX untuk menetapkan *Service Quality Standard* dengan membuat *Service Quality Assurance Checklist*. Proses fase penyusunan sampai fase kontrol dari standar ini berjalan dari bulan Juni - Oktober. Dengan pelaksanaan kinerja seluruh karyawan berdasarkan standar ini secara konsisten, *service quality, customer satisfaction* serta *brand image* akan meningkat. Dampak yang dapat dilihat secara signifikan adalah *customer retention* dan *revisit*, sehingga akan ada peningkatan jumlah pengunjung yang mengikuti program berbayar yang telah dikurasi.

EXECUTIVE SUMMARY

GOiFEX represents a Sport and Lifestyle Expo event that encompasses a wide range of Sport programs, such as Zumba, Weightlifting, Extreme Sports, even more, alongside dedicated spaces for brand activation. The primary objective of this event is to serve as a platform that brings together all communities engaged in the health, fitness, and wellness industry within Southeast Asia.

By utilizing In-depth Interviews, Focus Group Discussions, Questionnaires, and field observations, we discovered that the primary issue faced by GOiFEX was a negative perception of its brand image. The underlying factor contributing to this problem is the quality of service that falls short of consumer expectations. The quality of these services directly influences the level of customer satisfaction, thereby triggering a chain reaction that adversely affects the brand image of GOiFEX.

The team of authors proposed a solution for GOiFEX: establishing a Service Quality Standard through the development of a Service Quality Assurance Checklist. The implementation process of this standard, from its creation phase to its monitoring phase, is scheduled to take place from June to October. By consistently assessing the performance of all employees based on this standard, GOiFEX can enhance service quality, improve customer satisfaction, and bolster its brand image. The positive outcomes of this implementation are significant increase of customer retention and revisit rates, consequently leading to a rise in the number of participants engaging in curated paid programs.