

ABSTRACT

LIONEL PUTRA OCTAVIAN, Communication Science Study Program, Faculty of Social, Politic, and Computer Sciences, Djuanda University, Bogor, 2023, Marketing Communication Mix of GOR Futsal in Increasing the Number of Customers (Case Study on GOR Futsal D'OneSports Centre), Supervisor I: Ginung Pratidina, Dra., M.Si., Supervisor II: Agustina Multi Purnomo, Dr., S.P., M.Si.

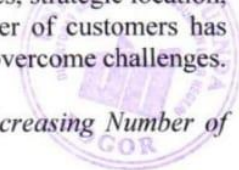
Sport is one of the body's activities that everyone can complete collectively. Futsal is one of the most well-liked sports. The increasing growth of futsal has prompted professional players in the sphere of sports arena (GOR), The rapid development of futsal has encouraged business actors in the field of sports arena (GOR), especially futsal sports to emerge and compete strictly, FOR D'One Sports Centre is a sports arena located in Citeureup District, Bogor Regency.

The purpose of the study was to determine the effect of the 7P marketing communication mix conducted by D'One Futsal Sports HallSports Centre on consumers and find out what obstacles are faced by GOR D'OneSports Centre in increasing the number of customers.

The study used a qualitative descriptive method where collect data by conducting interviews, observation, and documentation Data sources were used to include both primary and secondary data. Data analysis through data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The findings of the study indicate that D'One futsal GOR Sports Center has implemented a marketing communication mix to increase the number of customers use the 7P operational concept, namely 1) product, 2) price, 3) place (location), 4) promotion, 5) people or human resources, 6) process, 7)physical evidence. The contributing factors are product variety, affordable rental prices, strategic location, and complete and adequate supporting facilities. The number of customers has increased as a result of GOR D'One Sports Center's efforts to overcome challenges.

Keywords: *Marketing Communication Mix, Futsal Sport, Increasing Number of Customers*



ABSTRAK

LIONEL PUTRA OCTAVIAN, Program Studi Sains Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik dan Ilmu Komputer, Universitas Djuanda Bogor, 2023, Bauran Komunikasi Pemasaran GOR Futsal dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan (Studi Kasus Pada GOR Futsal D'One *Sports Centre*), Pembimbing I: Ginung Pratidina, Dra., M.Si., Pembimbing II: Agustina Multi Purnomo, Dr., S.P., M.Si.

Olahraga merupakan salah satu aktivitas tubuh atau olah tubuh yang secara utuh bisa dilakukan oleh setiap orang. Salah satu olahraga yang banyak digemari adalah futsal. Perkembangan olahraga futsal yang pesat mendorong pelaku usaha di bidang penyewaan gelanggang olahraga (GOR), terutama GOR futsal bermunculan dan bersaing secara ketat, GOR D'One *Sports Centre* merupakan salah satu gelanggang olahraga yang berlokasi di Kecamatan Citeureup, Kabupaten Bogor.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh bauran komunikasi pemasaran 7P yang dilakukan GOR Futsal D'One *Sports Centre* terhadap konsumen dan mengetahui hambatan apa saja yang dihadapi oleh GOR D'One *Sports Centre* dalam meningkatkan jumlah pelanggan.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana peneliti mengumpulkan data dengan melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa GOR futsal D'One *Sport Centre* telah menerapkan bauran komunikasi pemasaran yang menggunakan konsep operasional 7P, yaitu 1) *product* (produk), 2) *price* (harga), 3) *place* (lokasi), 4) *promotion* (promosi), 5) *people* (orang atau sumber daya manusia), 6) *process* (proses), dan 7) *physical evidence* (bukti fisik) yang mampu meningkatkan jumlah pelanggan. Adapun faktor-faktor pendukungnya adalah variasi produk, harga sewa yang cukup terjangkau, lokasi strategis, dan sarana pendukung yang lengkap serta memadai. Upaya GOR D'One *Sports Centre* dalam mengatasi hambatan yang dihadapi turut andil dalam meningkatkan jumlah pelanggan.

Kata Kunci: *Bauran Komunikasi Pemasaran, GOR Futsal, Peningkatan Jumlah Pelanggan*