



**ANALISIS EFEKTIVITAS KEGIATAN PERSONAL SELLING OLEH
CUSTOMER SERVICE DI KANTOR PUSAT BINTARO
DALAM MENINGKATKAN PEMBUKAAN
TABUNGAN PENDIDIKAN PT. CIMB NIAGA
DI TAHUN 2011**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata (S-1) Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing
Communications

UNIVERSITAS MERCU BUANA
Perpustakaan Pusat

Sumber : Jumlah
Tanggal : 20/11/13
No. Reg. : 1. 512131427
2. 514313/095

Disusun Oleh :

YUNI ANDRIANI NOER
44308120015

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2013**

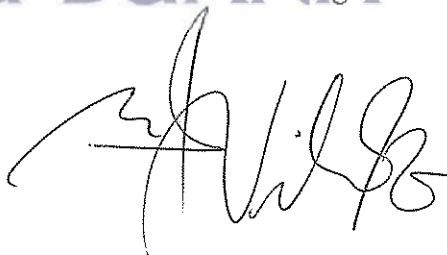
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : YUNI ANDRIANI NOER
NIM : 44308120015
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Marketing Communication & Advertising
Judul Skripsi : Analisis efektivitas kegiatan *personal selling* oleh
customer service di Kantor Pusat Bintaro dalam
Meningkatkan Pembukaan Rekening Tabungan
Pendidikan PT. CIMB Niaga, Tbk di Tahun 2011

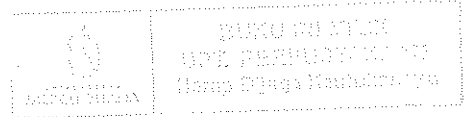
Mengetahui

Jakarta, Agustus 2013

Pembimbing



SM. NIKEN RESTATY, M.Si

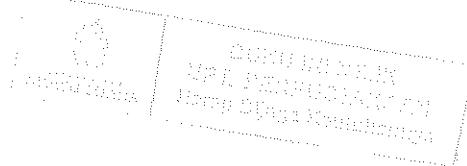


TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : YUNI ANDRIANI NOER
NIM : 44308120015
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Marketing Communication & Advertising
Judul Skripsi : Analisis efektivitas kegiatan *personal selling* oleh *customer service* di Kantor Pusat Bintaro dalam Meningkatkan Pembukaan Rekening Tabungan Pendidikan PT. CIMB Niaga, Tbk di Tahun 2011

Jakarta, Agustus 2013

1. Ketua Sidang
IRA PURWITASARI, S.Sos, M.Ikom (.....)
2. Penguji Ahli
ENDRI LISTIANI, S.IP, M.Si (.....)
3. Pembimbing
SM. NIKEN RESTATY, M.Si (.....)

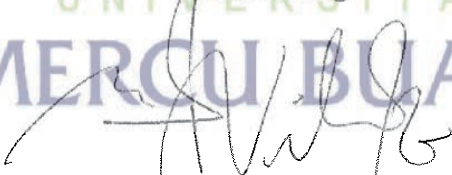


PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : YUNI ANDRIANI NOER
NIM : 44308120015
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Marketing Communication & Advertising
Judul Skripsi : Analisis efektivitas kegiatan *personal selling* oleh *customer service* di Kantor Pusat Bintaro dalam Meningkatkan Pembukaan Rekening Tabungan Pendidikan PT. CIMB Niaga, Tbk di Tahun 2011

Jakarta, Agustus 2013

Disetujui dan Diterima Oleh

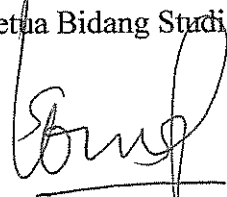
Pembimbing

SM. NIKEN RESTATY, M.Si

Mengetahui

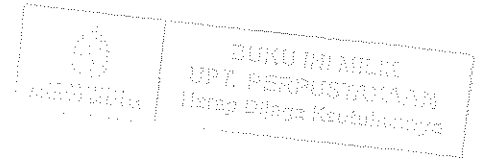
Dekan Fakultas Komunikasi

Ketua Bidang Studi


Dr. AGUSTINA ZUBAIR, M.Si


YOYOH HEREYAH, M.Si

ABSTRAKSI



YUNI ANDRIANI NOER (44308120015)

Analisis efektivitas kegiatan *personal selling* oleh *customer service* di Kantor Pusat Bintaro dalam Meningkatkan Pembukaan Tabungan Pendidikan PT. CIMB Niaga di Tahun 2011

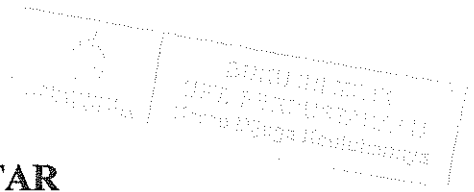
Lampiran v + 82 halaman

Dengan begitu banyaknya persaingan perbankan di Indonesia, PT. CIMB Niaga, Tbk membuktikan bahwa perusahaannya bisa mendapatkan penghargaan sebagai The Most Trusted Company 2011 dan produk tabungan pendidikan yang dimilikinya mendapatkan predikat “Mom’s Choice Brand Award 2011”. Berbagai macam media promosi yang telah dilakukan untuk produk tabungan pendidikan pun begitu bervariasi yang menyangkut biaya promosi yang tidak sedikit. Karena itu tujuan penelitian ingin mengetahui seberapa efektivitas kegiatan *personal selling* oleh *customer service*, khususnya di wilayah bintaro dalam meningkatkan pembukaan tabungan pendidikan di PT. CIMB Niaga, Tbk, sehingga produk tersebut dapat dikenal luas dan menjadi salah satu pilihan utama masyarakat dalam hal memilih produk tabungan pendidikan.

Sesuai dengan tahap untuk mengukur efektivitas kegiatan *personal selling* melalui *customer service* oleh Kotler dan Armstrong, yaitu terdapat empat tahap seperti pendekatan (*pre approach*), presentasi (*presentation*), menangani keberatan (*handling objection*), dan menutup penjualan (*closing*).

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey, dimana cara mengumpulkan data kepada para nasabah melalui kuesioner sebagai alat pengumpulan data pokok. Kuesioner yang disebar sebanyak 100 kuesioner ke nasabah yang masih mempunyai rekening aktif yang dilakukan di kantor pusat bintaro. Obyek dalam penelitian ini adalah produk Tabungan Pendidikan di PT. CIMB Niaga Tbk. Tipe dari penelitian ini adalah deskriptif yaitu memberikan gambaran mengenai gejala atau realitas agar dapat memberikan pemahaman mengenai realitas. Dengan pendekatan kuantitatif dimana data-datanya berbentuk angka.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari keempat tahap mengukur efektivitas kegiatan *personal selling* oleh *customer service* yaitu pendekatan, presentasi, menangani keberatan dan menutup penjualan. Pada tahap presentasi memiliki pengaruh paling kuat terhadap efektivitas kegiatan *personal selling* oleh *customer service*. Karena pada saat mempresentasikan suatu produk, harus adanya informasi dan komunikasi yang melalui proses tertentu, secara terukur, agar tercapainya sasaran dan tujuan yang ditentukan sebelumnya.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT Yang Maha Mendengar lagi Maha Melihat dan atas segala limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya tulis yang berbentuk skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah direncanakan.

Penyusunan skripsi ini adalah merupakan salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana S1 Jurusan Marketing Communication & Advertising pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana, Jakarta.

Dalam penulisan skripsi ini, tentunya banyak pihak yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materiil. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang tiada hingganya kepada :

- 1) Ibu SM Niken Restaty, MSi sebagai pembimbing yang telah memberikan bimbingan, nasehat dan arahan kepada peneliti.
- 2) Ibu Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si, selaku Ketua Program Studi Advertising & Marketing Communications;
- 3) Ibu Dr. Agustina, M.Si, selaku Dekan Fakultas Komunikasi;
- 4) Peneliti juga ucapkan kepada dan seluruh karyawan dan nasabah PT. Bank CIMB Niaga,Tbk yang telah banyak membantu dalam memberikan data serta informasi yang sangat dibutuhkan dalam proses penyusunan skripsi mengenai efektivitas kegiatan personal selling oleh customer service.

- 5) Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Suami tercinta dr. Karunia Ramadhan yang atas cinta, support dan kesabarannya selalu ada disaat-saat yang sulit memberikan semangat dan kebahagiaan.
- 6) Secara khusus peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak, Ibu, Abah dan Mama yang peneliti banggakan dan adik-adik tercinta yang telah banyak memberikan dukungan dan pengorbanan baik secara moril maupun materil sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi dengan baik.
- 7) Ucapan terima kasih peneliti kepada semua teman Marcomm Angkatan 14 dan sahabat yang telah banyak memberikan bantuan, dorongan serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka saran dan kritik yang konstruktif dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan selanjutnya.

Dan hanya kepada Allah SWT kita kembalikan semua urusan dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi peneliti dan para pembaca pada umumnya, semoga Allah SWT meridhoi dan dicatat sebagai ibadah disisi-Nya, Amin.

Jakarta, Agustus 2013



YUNI ANDRIANI NOER

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN REVISI SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi Pemasaran	10
2.2 Promosi	
2.2.1 Pengertian Promosi	11
2.2.2 Definisi Kegiatan Promosi	13
2.2.3 Bauran Promosi	15
2.3 Personal Selling	
2.3.1 Tujuan Personal Selling	18
2.3.2 Kriteria Personal Selling	19
2.3.3 Faktor-faktor Personal Selling	20

2.3.4 Strategi Personal Selling	22
2.4 Pengertian Efektivitas	24
2.5 Jasa	
2.5.1 Pengertian Jasa	27
2.5.2 Pengertian Produk	27
2.5.3 Kualitas Produk	29
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tipe Penelitian	34
3.2 Metode Penelitian	34
3.3 Populasi dan Sampel	
3.3.1 Populasi	35
3.3.2 Sampel	36
3.4 Definisi dan Operasional Konsep	
3.4.1 Efektivitas	38
3.4.2 Personal Selling	39
3.4.3 Operasional Variabel	39
3.6 Teknik Pengumpulan Data	41
3.7 Teknik Analisa Data	42
 BAB IV HASIL DAN ANALISIS	
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	
4.1.1 Sejarah PT. CIMB Niaga, Tbk	45
4.1.2 Visi dan Misi PT. CIMB Niaga, Tbk	
4.1.2.1 Visi	49
4.1.2.2 Misi	50
4.1.4 Produk-produk PT. CIMB Niaga, Tbk	51
4.1.5 Job Deskripsi Customer Service	51

4.2 Hasil Penelitian	
4.2.1 Identitas Responden	
4.2.1.1 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.2.1.2 Deskripsi Responden berdasarkan Usia	54
4.2.1.3 Deskripsi Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan	55
4.2.1.4 Deskripsi Responden berdasarkan Pendapatan Rata-Rata Perbulan.....	56
4.2.1.5 Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan	57
4.2.1.6 Deskripsi Responden berdasarkan Alat Promosi yang telah diketahui oleh nasabah	58
4.2.2 Analisis Indeks Jawaban Responden per Variabel	59
4.3 Pembahasan	74
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	79
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
CURRICULUM VITAE	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Variabel, Dimensi, Indikator, dan Skala	40
Tabel 3.2	Ketentuan Skor Kuesioner	44
Tabel 4.1	Menurut saya <i>customer service</i> berpenampilan rapi	59
Tabel 4.2	Menurut saya <i>customer service</i> menawarkan produk tabungan diwaktu yang tepat	60
Tabel 4.3	Menurut saya <i>customer service</i> telah mengenalkan diri sebelum menawarkan produk	60
Tabel 4.4	Menurut saya <i>customer service</i> bersikap ramah	61
Tabel 4.5	Rekapitulasi Hasil Perhitungan Kategori Jawaban Dimensi 1	61
Tabel 4.6	Menurut saya tutur bahasa yang digunakan oleh <i>customer service</i> mudah dimengerti	63
Tabel 4.7	Menurut saya <i>customer service</i> menguasai tentang produk tabungan pendidikan	64
Tabel 4.8	Menurut saya <i>customer service</i> dapat menjelaskan secara rinci mengenai kualitas produk tabungan pendidikan	64
Tabel 4.9	Menurut saya <i>customer service</i> dapat menjelaskan secara rinci mengenai keunggulan produk tabungan pendidikan	65
Tabel 4.10	Rekapitulasi Hasil Perhitungan Kategori Jawaban Dimensi 2	65
Tabel 4.11	Menurut saya <i>customer service</i> mau menanyakan keberatan nasabah untuk membuat rekening tabungan pendidikan.....	67
Tabel 4.12	Menurut saya <i>customer service</i> dapat bersikap ramah ketika menghadapi keberatan nasabah membuka rekening tabungan pendidikan	68
Tabel 4.13	Menurut saya <i>customer service</i> bisa menjawab keberatan	

nasabah secara jelas	68
Tabel 4.14 Menurut saya <i>customer service</i> mampu menghadapi keberatan nasabah untuk membuka rekening tabungan pendidikan	69
Tabel 4.15 Rekapitulasi Hasil Perhitungan Kategori Jawaban Dimensi 3	69
Tabel 4.16 Menurut saya <i>customer service</i> tidak bersikap memaksa ketika menanyakan kesanggupan nasabah untuk membuka rekening tabungan pendidikan.....	71
Tabel 4.17 Menurut saya <i>customer service</i> dapat membuat perhitungan skema tabungan sesuai dengan keinginan nasabah	72
Tabel 4.18 Rekapitulasi Hasil Perhitungan Kategori Jawaban Dimensi 4	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik New Openning Tabungan Pendidikan Tahun 2011	8
Gambar 4.1	Chart Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Gambar 4.2	Chart Responden Berdasarkan Usia	54
Gambar 4.3	Chart Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	55
Gambar 4.4	Chart Responden Berdasarkan Rata-rata Per Bulan	56
Gambar 4.5	Chart Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Gambar 4.6	Chart Responden Berdasarkan Alat Promosi yang telah diketahui oleh Nasabah	58
Gambar 4.7	Grafik Posisi Total Skor Berdasarkan Pendekatan	62
Gambar 4.8	Grafik Posisi Total Skor Berdasarkan Presentasi	66
Gambar 4.9	Grafik Posisi Total Skor Berdasarkan Menangani Keberatan	70
Gambar 4.10	Grafik Posisi Total Skor Berdasarkan Menutup Penjualan	73

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Draft Kuesioner
Lampiran II	Data Excel Jawaban Responden
Lampiran III	Surat Keterangan Penelitian
Lampiran IV	Bukti Konsultasi
Lampiran V	Curriculum Vitae

