



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
PROGRAM STUDI MARKETING COMMUNICATION**

Nama : Sutra Dewi
NIM : 44307110036
Judul : “HUBUNGAN KOMUNIKASI PERSONAL SELLING TERHADAP MINAT BELI PRODUK ASURANSI JIWA PT PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE”
Halaman : 1, 2, 3, 14, 25, 43, 107

ABSTRAKSI

Pesatnya pertumbuhan perusahaan asuransi jiwa di Indonesia tidak sepadan dengan minat masyarakat Indonesia yang masih rendah terhadap asuransi jiwa. Hal ini disebabkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat Indonesia mengenai manfaat asuransi jiwa itu sendiri masih kurang, juga karena keadaan sosial dan ekonomi di Indonesia yang belum memadai. *Personal selling* merupakan suatu metode promosi yang paling efektif diantara metode-metode promosi lainnya, dimana dalam *personal selling* terjadi interaksi secara langsung antara penjual dan wiraniaga sehingga tenaga penjual sebagai wakil dari produsen dapat menyesuaikan kebutuhan wiraniaga dengan produk yang ditawarkannya dan pada akhirnya akan mengarah pada terjadinya transaksi penjualan. PT Prudential Life Assurance adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa asuransi jiwa dan sangat mengandalkan komunikasi *personal selling* sebagai suatu media dalam memasarkan produknya.

Tujuan penulisan penelitian ini adalah untuk Untuk mengetahui sejauh manakah hubungan komunikasi *personal selling* terhadap minat beli produk asuransi jiwa PT Prudential Life Assurance pada tahun 2011. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian penelitian eksplanatif yaitu menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh satu variabel dengan variabel yang lain. Jumlah sampel yang digunakan adalah sampel total 80 responden. Teknik pengumpulan data yaitu dengan metode kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas, uji reliabilitas sedangkan metode analisis data menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara *personal selling* dan minat beli adalah kuat dan positif seperti yang terlihat dari nilai interpretasi *Pearson Product Moment*.