



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Marketing Communications & Advertising*
Yuliana
44313120052

**Aktivitas *Personal Selling* Agen Asuransi dalam Mengkomunikasikan
Produk Asuransi Jiwa Tahun 2017**
Jumlah Halaman : xi + 83 + 7 lampiran
Bibliografi : 22 acuan, tahun 2001 – 2014

ABSTRAK

Dewasa ini masyarakat semakin menyadari kebutuhan akan memiliki asuransi. Hal tersebut menandakan bahwa ada peluang yang besar dalam bisnis asuransi melihat dari peningkatan jumlah agen yang memiliki lisensi. Dengan situasi ini maka terjadi persaingan ketat antar agen. Salah satu cara yang dilakukan agen dalam mengkomunikasikan produk asuransinya kepada calon nasabah yaitu *personal selling* dan cara ini diterapkan agen asuransi pada kantor pemasaran GP United.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui proses *personal selling* yang dilakukan agen asuransi dalam mengkomunikasikan produk asuransi jiwa yaitu *Prulink Assurance Account*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi dan studi kepustakaan. Peneliti menyajikan uraian mengenai proses *personal selling* sebagaimana adanya yang didapatkan di lokasi penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa agen asuransi dalam mengkomunikasikan produknya dilakukan sesuai dengan proses *personal selling* menurut pemikiran Kotler dan Armstrong yaitu : mencari calon pelanggan dan menilai kualitasnya, pra-pendekatan, pendekatan, melakukan presentasi dan demonstrasi, menangani penolakan, menutup transaksi penjualan dan menindaklanjuti. Dan teknik *personal selling* merupakan teknik yang cocok digunakan agen asuransi dalam mengkomunikasikan produknya kepada calon nasabah.

Kata kunci : *personal selling*, Kotler dan Armstrong, Deskriptif Kualitatif