

## DAFTAR ISI

|   |          |
|---|----------|
| HALAMAN JUDUL.....  | i        |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....                                 | ii       |
| LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI .....                         | iii      |
| LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....                        | iv       |
| ABSTRAK .....   | v        |
| KATA PENGANTAR .....  | vi       |
| DAFTAR ISI.....   | viii     |
| DAFTAR LAMPIRAN.....  | x        |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                                  | <b>1</b> |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian .....                             | 1        |
| 1.2 Fokus Penelitian .....                                      | 6        |
| 1.3 Identifikasi Masalah .....                                  | 6        |
| 1.4 Tujuan Penelitian .....                                     | 7        |
| 1.5 Manfaat Penelitian .....                                    | 7        |
| 1.5.1 Manfaat Akademis .....                                    | 7        |
| 1.5.2 Manfaat Praktis .....                                     | 7        |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                             | <b>8</b> |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....                                  | 8        |
| 2.2 Komunikasi Pemasaran.....                                   | 15       |
| 2.2.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran.....                      | 15       |
| 2.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi Pemasaran .....                    | 19       |
| 2.3 Komunikasi Antar Pribadi .....                              | 21       |
| 2.4 Personal Selling.....                                       | 22       |
| 2.4.1 Pengertian Personal Selling.....                          | 22       |
| 2.4.2 Personal Selling sebagai Bagian dari Komunikasi Terpadu . | 23       |
| 2.4.3 Pengelompokan Personal Selling.....                       | 24       |
| 2.4.3.1 Retail Sales.....                                       | 24       |
| 2.4.3.2 Business-To-Business Personal Selling .....             | 24       |
| 2.4.4 Buyer-Seller Relationship .....                           | 25       |

|   |           |
|---|-----------|
| 2.5 Langkah-Langkah dalam Proses Personal Selling .....     | 27        |
| 2.6 Strategi .....  | 30        |
| 2.7 Agen .....  | 32        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>                   | <b>33</b> |
| 3.1 Paradigma.....  | 33        |
| 3.2 Metode Penelitian .....                                 | 35        |
| 3.3 Subyek Penelitian .....                                 | 36        |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data.....                            | 36        |
| 3.4.1 Data Primer .....                                     | 36        |
| 3.4.2 Data Sekunder .....                                   | 37        |
| 3.5 Teknik Analisis Data.....                               | 38        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>          | <b>41</b> |
| 4.1 Gambaran Umum PT Prudential Life Assurance .....        | 41        |
| 4.1.1 Misi dan Kredo PT Prudential Life Assurance .....     | 43        |
| 4.1.1.1 Misi .....  | 43        |
| 4.1.1.2 Empat Pilar Misi .....                              | 43        |
| 4.1.1.3 Nilai-Nilai Inti PT Prudential Life Assurance ..... | 44        |
| 4.1.1.4 Kredo.....  | 44        |
| 4.1.2 PRUlink Assurance Account.....                        | 45        |
| 4.1.3 Agen Prudential dan Target yang Harus Dicapai.....    | 47        |
| 4.2 Hasil Penelitian .....                                  | 48        |
| 4.3 Pembahasan.....   | 56        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>                      | <b>62</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....  | 62        |
| 5.2 Saran.....  | 65        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                 | <b>68</b> |