



**STRATEGI TELEMARKETING PT AXA MANDIRI FINANCIAL SERVICES
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK MANDIRI HOSPITAL
LIFE TAHUN 2015**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Marketing Komunikasi dan Periklanan**

Disusun oleh :

MONICA OCTAVIA

44312110009

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2017



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI TELEMARKEETING PT AXA MANDIRI
FINANCIAL SERVICES DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH PRODUK MANDIRI HOSPITAL LIFE
TAHUN 2015**

Nama : Monica Octavia

NIM : 44312110009

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, Januari 2017

Mengetahui,

Pembimbing

(Rahmadya Putra Nugraha. M,Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **STRATEGI TELEMARKEETING PT AXA MANDIRI FINANCIAL SERVICES DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK MANDIRI HOSPITAL LIFE TAHUN 2015**

Nama : Monica Octavia

NIM : 44312110009

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, 04 Februari 2017

Ketua Sidang,

Dr. Farid Hamid.,M.Si

(.....)

Penguji Ahli,

Ponco Budi Sulistyo.,M.Comn.,Ph.D

(.....)

Pembimbing I,

Rahmadya Putra Nugraha. M,Si

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI TELEMARKEETING PT AXA MANDIRI FINANCIAL SERVICES DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK MANDIRI HOSPITAL LIFE TAHUN 2015**

Nama : Monica Octavia

NIM : 44312110009

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, 11 Februari 2017

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing Skripsi

Ketua Bidang Studi Marcom & Advertising

(Rahmadya Putra Nugraha, M.Si)

(Dr. Farid Hamid.,M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

(Ponco Budi Sulistyono.,M.Comn.,Ph.D)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yesus atas segala kasih setia dan anugerah-nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Ilmu Komunikasi, Jurusan Marketing Komunikasi dan Periklanan, Universitas Mercu Buana. Adapun judul yang diambil peneliti adalah “Strategi Telemarketing PT AXA Mandiri Financial Services Dalam Meningkatkan Nasabah Produk Mandiri Hospital Life Tahun 2015”.

Terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini sehingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Bapak Rahmadya Putra Nugraha, M.Si. Selaku pembimbing yang telah berkenan mencurahkan perhatian dan meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
2. Bapak Dr. Farid Hamid, S.Sos, M.si selaku Ketua Jurusan Marketing Komunikasi dan Periklanan.
3. Bapak/Ibu dosen dan Staff di lingkungan Universitas Mercu Buana khususnya dibidang studi Marketing Komunikasi dan Periklanan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
4. Ibu Julike Farida, Bapak Albertus Aryo Kusumo, dan Ibu Indah Arsy, selaku narasumber yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi mengenai penelitian ini.
5. Teristimewa kepada orang tua dan keluarga penulis yang hanya satu-satunya Ibu Sumiatun yang selalu memberikan dukungan, motivasi serta nasihat-nasihat agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Cokry Petrus selaku orang terdekat saya setelah keluarga yang sudah sangat mendukung dan memotivasi peneliti tanpa henti.

7. Seluruh sahabat-sahabat saya Devia Hagia, Indri Kusuma, Dewi K, Baldi, Bintang, Rico, Ogi seluruh teman-teman Mercu Buana dan Grup WhatsApp Marcomm21, seluruh teman-teman kantor PT AXA Mandiri Financial Services, dan seluruh pihak yang mungkin tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Jakarta 25 Januari 2017

Monica Octavia

44312110009



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Fokus Penelitian.....	9
1.3. Identifikasi Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Komunikasi Pemasaran	11
2.2. Bauran Pemasaran.....	14
2.3. Bauran Promosi	16
2.4. Pemasaran Langsung (Direct Marketing).....	21
2.5. Strategi Direct Marketing (Pemasaran Langsung)	27
2.6. Nasabah.....	49
2.7. Produk.....	51
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	53
3.1. Paradigma Penelitian	53
3.2. Tipe Penelitian	54
3.3. Metode Penelitian	55
3.4. Subyek Penelitian	56

3.5. Teknik Pengumpulan Data	57
3.6. Teknik Analisis Data	58
3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	61
4.2. Hasil Penelitian	68
4.3. Pembahasan.....	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1. Kesimpulan	95
5.2. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN	

