



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

Fransisca Nindya Drupadhi
44318110019

**AKTIFITAS *PERSONAL SELLING* BANK CAPITAL CABANG PALMERAH
DALAM PERTUMBUHAN DANA PIHAK KETIGA (DPK) TAHUN 2021**

Jumlah Halaman : 5 Bab + 123 Halaman + 35 Lampiran

Bibliografi : 46 Acuan, Tahun 2010-2022

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa aktifitas *personal selling* Bank Capital cabang Palmerah dalam menumbuhkan dana pihak ketiga (DPK) tahun 2021.

Teori yang menjadi landasan dalam penelitian ini adalah langkah-langkah *personal selling* milik masing-masing 2 (dua) kelompok ahli yaitu Churchill, Ford dan Walker serta Kotler dan Keller.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian adalah paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif yang menggunakan metode studi kasus sehingga akan menghasilkan data dalam bentuk deskriptif. Teknik pengumpulan data yang diaplikasikan adalah wawancara mendalam (*in-dept interview*) dan observasi.

Hasil penelitian menunjukkan aktifitas *personal selling* yang dilakukan oleh Bank Capital cabang Palmerah memiliki langkah-langkah yang sesuai dengan gabungan teori langkah-langkah *personal selling* menurut Churchill, Ford, dan Walker serta Kotler dan Keller. Tenaga penjual juga menerapkan prinsip *personal selling* yang selaras dengan prinsip Tjiptono yaitu *salesmanship*, *negotiating* dan *relationship marketing*. Selain itu, aktifitas *personal selling* juga diiringi dengan mengincar pada celah bahwa dana menganggur nasabah prioritas justru bertambah selama masa pandemi. Tenaga penjual Bank Capital juga aktif dalam persuasi nasabah untuk *top up* dana dan mereferensikan ke calon nasabah lainnya. Hambatan yang ditemui dalam pertemuan langsung selama pandemi juga cukup dikendalikan oleh tenaga penjual Bank Capital cabang Palmerah.

Kata kunci: *personal selling*, perbankan, dana pihak ketiga, pandemi COVID-19.