



**Universitas Mercu Buana**  
**Fakultas Ilmu Komunikasi**  
**Bidang Studi *Marketing Communication & Advertising***  
**Irmawati**  
**44310010005**

**AKTIVITAS *PERSONAL SELLING* ASURANSI MITRA BP-LINK BUMIPUTERA 1912 CABANG TANGERANG KOTA DALAM MENARIK MINAT NASABAH**

**Jumlah Halaman : x + 93 halaman + lampiran**

**Bibliografi : 28 Buku (1993-2012) + 5 website**

**ABSTRAK**

Penelitian ini mengkaji mengenai Aktivitas *Personal selling* Asuransi Mitra Bp-Link Bumiputera 1912 Cabang Tangerang Kota Dalam Menarik Minat Nasabah yang peneliti gunakan adalah Asuransi Mitra Bp-Link sebagai salah satu produk asuransi Bumiputera untuk asuransi perorangan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memberikan gambaran tentang : Aktivitas *Personal selling* Asuransi Mitra Bp-Link BumiPutera 1912 Cabang Taerang Kota Dalam Menarik Minat Nasabah.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu komunikasi sebagai aktivitas *personal selling*, komunikasi Antar Pribadi, Elemen Bauran Promosi, Penjualan Pribadi, Pengertian *personal selling*, keunggulan dan kelemahan *personal selling*, jenis-jenis *personal selling*, karakteristik *personal selling*, Faktor-faktor *personal selling*, Langkah-langkah *personal selling*, mengelola Tenaga penjual.

Pendekatan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif, yang mana kegiatan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi menjadi kegiatan penulis dalam mengumpulkan data. Penelitian ini juga menggunakan paradigma konstruktivisme yang mana peneliti dapat mengembangkan teori sebagai bagian dari hasil proses penelitian dari hasil data-data.

Hasil penelitian yang di dapat peneliti menunjukkan bahwa aktivitas *personal selling* yang di lakukan oleh Asuransi Mitra Bp-Link Bumiputera Cabang Tangerang kota dalam menarik minat nasabah produk Link adalah mengacu kepada aktivitas *personal selling* mengacu pada pedoman penjualan pada umumnya dan kreatifitas para marketing Asuransi Mitra Bp Link Bumputera 1912 Cabang Tangerang kota.