



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana Fakultas
Ilmu Komunikasi Bidang Studi
Public Relations Elham Prasetyo
44214110084

Telemarketing Communication in Building the Trust of Prospective Customers PT Indolife Pensiortama Tangerang Branch
Bibliography: 5 Chapters 92 pages + 40 Book Appendices + 6 Internet , Years 2000-2018

ABSTRACT

Building the trust of potential customers is the main task of telemarketing to get new customers. Competition for local insurance is very tight, so reliable telemarketing is needed to build the trust of prospective Indolife insurance customers. This study aims to find out how insurance telemarketing can build the trust of prospective customers to increase the number of Indolife insurance customers at the Tangerang branch.

In this study using several theories including the theory of communication, interpersonal communication, public relations, persuasive communication, telemarketing, trust and customers. The research method used is a qualitative descriptive method. A qualitative approach is an approach that uses reasoning based on theories that have to do with the problem under study.

The results of the research obtained from Telemarketing Communication Activities in Building Prospective Customers' Trust are to do as many prospective customers (coldcalling) as possible, build good relationships with potential customers and ask for references from customers who have used Indolife products.

Keywords: Communication, Trust, Customers.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Elham Prasetyo
44214110084

Komunikasi Telemarketing dalam Membangun Kepercayaan Calon Pelanggan PT Indolife Pensionsama Cabang Tangerang
Bibliografi: 5 Bab 92 hal + 40 Lampiran Buku + 6 Internet , Tahun 2000-2018

ABSTRAK

Membangun kepercayaan calon pelanggan merupakan tugas utama telemarketing untuk mendapatkan pelanggan baru. Persaingan asuransi lokal sangat ketat sehingga diperlukan telemarketing yang handal untuk membangun kepercayaan calon pelanggan asuransi Indolife. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara telemarketing asuransi dalam membangun kepercayaan calon pelanggan untuk meningkatkan jumlah pelanggan asuransi Indolife di cabang Tangerang.

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa teori diantaranya adalah teori komunikasi, komunikasi antarpribadi, public relations, komunikasi persuasif, telemarketing, kepercayaan dan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Pendekatan secara kualitatif merupakan pendekatan yang menggunakan penalaran berdasarkan teori yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.

Hasil penelitian yang diperoleh dari Aktivitas Komunikasi Telemarketing Dalam Membangun Kepercayaan Calon Pelanggan adalah dengan melakukan kepada calon pelanggan (*coldcalling*) sebanyak-banyaknya, membangun hubungan yang baik dengan calon pelanggan dan meminta referensi ke pelanggan yang sudah menggunakan produk Indolife.

Kata kunci: Komunikasi, Kepercayaan, Pelanggan.