



**IMPLEMENTASI PERSONAL SELLING
PT BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO), TBK DALAM
MEMPROMOSIKAN PROGRAM SUPER UNTUNG TAHUN 2014**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

Disusun oleh:

Novita Eva Natalya

44311110038

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2015



Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas
Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **IMPLEMENTASI PERSONAL SELLING
PT BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO),TBK
DALAM MEMPROMOSIKAN PROGRAM SU PER
UNTUNG TAHUN 2014**

Nama : Novita Eva Natalya
NIM : 44311110038
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Komunikasi

Jakarta, 31 Januari 2015

Mengetahui,
Pembimbing

(Ira Purwitasari,M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas
Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **IMPLEMENTASI PERSONAL SELLING
PT BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO),TBK
DALAM MEMPROMOSIKAN PROGRAM SUPER
UNTUNG TAHUN 2014**

Nama : Novita Eva Natalya
NIM : 44311110038
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Komunikasi


UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 31 Januari 2015


Ketua Sidang,
SM.Niken Restaty,M.Si


(.....)

Penguji Ahli
A.Judhie Setiawan,M.Si


(.....)

Dosen Pembimbing
Ira Purwitasari,M.Ikom


(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **IMPLEMENTASI PERSONAL SELLING
PT BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO),TBK
DALAM MEMPROMOSIKAN PROGRAM SUPER
UNTUNG TAHUN 2014**

Nama : Novita Eva Natalya

NIM : 44311110038

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Komunikasi

Jakarta, 31 Januari 2015

Disetujui dan diterima oleh
Pembimbing



(Ira Purwitasari, M. Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair M. Si)

Ketua Bidang Studi Marcom



(Dr. Yoyoh Heriyah M. Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia, rahmat dan kekuatan yang diberikan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Implementasi Personal Selling PT Bank Tabungan Negara (Persero),Tbk dalam Mempromosikan Program Super Untung” yang merupakan persyaratan guna meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi bidang studi Marketing Komunikasi pada Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Selama proses penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat dukungan, bimbingan, saran dan bantuan baik secara moril maupun spiritual dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ira Purwitasari,M.Ikom sebagai dosen pembimbing yang selalu bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan nasehat selama penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Yoyoh Hereyah M.Si sebagai ketua jurusan marketing komunikasi Universitas Mercu Buana - Jakarta.
3. Seluruh staff pengajar Marketing Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang berharga dan kepada seluruh staff akademik Universitas Mercu Buana - Jakarta yang telah membantu dalam mempermudah perizinan untuk penelitian ini.
4. Teman-teman angkatan 19 Universitas Mercu Buana Kampus Menteng - Jakarta atas dukungan dan perhatiannya terhadap penulis.
5. Manajemen PT Bank Tabungan Negara (Persero),Tbk Ibu Anggun Prima Gusti selaku *Ass.Manager Marketing Communnication* dan Ibu Nurmaini selaku *Cash Office* yang telah mengizinkan penulis meneliti dan membantu penulis melengkapi data-data, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. T.Hutabarat dan Ibu M. Hutagaol, kedua orangtua yang selalu memberikan doa dan dukungan untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

7. Immanuel Hasudungan Hutabarat atas motivasi dan doanya selama ini.
8. Mikhael Ganda Doli Siahaan yang senantiasa memberi dukungan serta bantuan dalam menyelesaikan penelitian ini.
9. Semua pihak, teman-teman, dan kerabat yang telah ikut membantu yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu. Terima kasih atas segala bantuannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Segala kritikan dan saran yang membangun atas skripsi ini akan sangat membantu dan bermanfaat bagi peneliti dan akan diterima dengan senang hati. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Terima kasih atas perhatian yang diberikan, semoga Tuhan memberkati kitasemua, Amin.

Jakarta, Januari 2015

Novita Eva Natalya



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Komunikasi	9
2.2. Komunikasi Antar Pribadi (<i>Interpersonal</i>) sebagai Dasar Komunikasi dalam <i>Personal Selling</i>	10
2.3. Komunikasi Pemasaran	13
2.4. Bauran Pemasaran	15
2.5. Bauran Promosi	17
2.6. <i>Personal Selling</i>	20
2.6.1. Pengertian <i>Personal Selling</i>	20
2.6.2. Keunggulan dan Kelemahan <i>Personal Selling</i>	21
2.6.3. Jenis-jenis <i>Personal Selling</i>	23
2.6.4. Strategi <i>Personal Selling</i>	23
2.6.5. Tugas-tugas <i>Personal Selling</i>	26
2.6.6. Karakteristik <i>Personal Selling</i>	26
2.6.7. Faktor yang Mempengaruhi Peran <i>Personal Selling</i> dalam Strategi Pemasaran Perusahaan.....	28
2.6.8. Langkah-langkah <i>Personal Selling</i>	31
2.6.9. Mengelola Tenaga Penjual	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Paradigma.....	38
3.2. Metode Penelitian	39
3.3. Subjek Penelitian.....	40
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5. Teknik Analisis Data.....	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	47
4.1.1. Sejarah PT Bank Tabungan Negara (Persero),Tbk.....	47
4.1.2. Profile PT Bank Tabungan Negara (Persero),Tbk.....	50
4.1.3. Strutur Organisasi.....	53
4.2.Hasil Penelitian	59
4.2.1. Persiapan PT Bank Tabungan Negara (Persero),Tbk dalam Implementasi <i>Personal Selling</i>	60
4.2.2. Proses Implementasi <i>Personal Selling</i> PT Bank Tabungan Negara (Persero),Tbk.....	63
4.2.2.1. <i>Prospecting for Consumer</i>	66
4.2.2.2. <i>Opening the Relationship</i>	67
4.2.2.3. <i>Qualifying the Prospect</i>	70
4.2.2.4. <i>Presenting the Sales</i>	71
4.2.2.5. <i>Closing the Sales</i>	73
4.2.2.6. <i>Servicing the Account</i>	75
4.3.Pembahasan.....	77
4.3.1. <i>Prospecting for Consumer</i>	79
4.3.2. <i>Opening the Relationship</i>	81
4.3.3. <i>Qualifying the Prospect</i>	84
4.3.4. <i>Presenting the Sales</i>	85
4.3.5. <i>Closing the Sales</i>	89
4.3.6. <i>Servicing the Account</i>	91

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	92
5.2. Saran	93
5.2.1. Saran Akademis.....	93
5.2.2. Saran Praktis.....	94

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

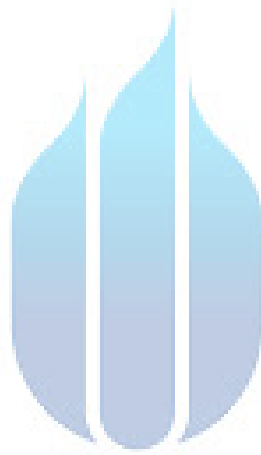
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.6.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Peran <i>Personal Selling</i> dalam Pemasaran Perusahaan	29
Gambar 2.6.2 Tahapan dalam Proses <i>Personal Selling</i>	30
Gambar 4.1.2 Logo Bank BTN.....	49
Gambar 4.1.3.1 Struktur Organisasi Bank BTN	51
Gambar 4.1.3.2 Struktur Organisasi RFSD.....	52
Gambar 4.3.2.1 <i>Silverlake System</i>	82
Gambar 4.3.2.2 Brosur Program Super Untung	83



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pedoman Wawancara
Lampiran 2	Hasil Wawancara
Lampiran 3	Surat Keterangan Mahasiswa
Lampiran 4	Surat Permohonan Data untuk Skripsi
Lampiran 5	Brosur Program Super Untung



UNIVERSITAS
MERCU BUANA