



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Komunikasi
Novita Eva Natalya
44311110038

Implementasi *Personal Selling* oleh PT Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk dalam Mempromosikan Program Super Untung Tahun 2014.

Jumlah Halaman : 5 bab + 94 halaman + 5 lampiran

Bibliografi : 25 acuan, Tahun 1995 to 2012

ABSTRAK

Munculnya berbagai macam bank menandakan bahwa bisnis perbankan semakin berkembang dan bersaing untuk menghimpun dana masyarakat. Oleh sebab itu, setiap bank melakukan promosi semenarik mungkin untuk menapatkan perhatian serta kepercayaan masyarakat untuk bersedia menempatkan dananya di bank. PT Bank Tabungan Negara (Persero),Tbk menggunakan *personal selling* dalam mempromosikan Program Super Untung. Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah melihat proses implementasi *personal selling* yang dilakukan PT Bank Tabungan Negara (Persero),Tbk dalam mempromosikan Program Super Untung tahun 2014.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat implementasi *personal selling* yang dilakukan PT Bank Tabungan Negara (Persero),Tbk dalam mempromosikan Program Super Untung tahun 2014 dengan menggunakan landasan teori proses *personal selling* menurut Churchill, Ford dan Walker yang ada didalam buku Sutisna yaitu Prilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran.

Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan desain penelitian studi kasus dan teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara wawancara serta mengumpulkan dokumen perusahaan yang berkenaan dengan tujuan penelitian.

Hasil penelitian ini membahas mengenai implementasi *personal selling* yang dilakukan oleh PT Bank Tabungan Negara (Persero),Tbk. Proses *personal selling* dilakukan dengan beberapa tahap yaitu *prospecting for costumers, opening the relationship, qualifying the prospect, presenting the sales message, closing the sales*, sampai pada tahap *servicing the account*.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa *personal selling* memiliki tahapan, setiap tahapan memiliki keterkaitan dan akan mempengaruhi tahapan berikutnya. Setiap tahapan memiliki *point* penting yang mempengaruhi keberhasilan proses *personal selling*, yaitu komunikasi yang baik antara tenaga penjual dengan calon nasabah atau nasabah prospek.

Kata kunci : Bank, *Personal Selling*, Promosi, Program Super Untung.



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Komunikasi
Novita Eva Natalya
44311110038

Implementation of Personal Selling PT Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk in Promoting Program Super Untung in 2014.

Number of pages : 5 chapters + 94 pages + 5 attachments

Bibliography : 25 references, Year 1995 to 2012

ABSTRACT

Appearing many types of bank proves that business of banking is growing up rapidly and and competing to compile society's found. Therefore, each bank does the best promotion in order to get the attention and trust from society. PT Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk is using personal selling in promoting Program Super Untung in 2014, this research focuses on monitoring the process of implementation personal selling in Program Super Untung done by PT Bank Tabungan Negara (Persero),Tbk in 2014.

This research aims to monitor the implementation of personal selling done by PT Bank Tabungan Negara (Persero),Tbk to promote Program Super Untung by using personal selling process method from Churchill, Ford and Walker based on book of Sutisna "Prilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran".

Method applied in this research is descriptive qualitative with design of study case and technic of collecting data done by interviewing and compiling documents from the company related with the research.

The result of this research discussed about implementation of personal selling done by PT Bank Tabungan Negara (Persero),Tbk in 2014. The steps of personal selling are prospecting for customer, opening the relationship, qualifying the prospect, presenting the sales message, closing the sales, until servicing the account.

This research concludes that personal selling has view steps, every steps have relationship and will influence the other steps. Every steps have substantial points that can influence the success of personal selling, i.e. good communication between seller and candidate of customer.

Keyword : Bank,Personal Selling,Promotion, Program Super Untung.