



Universitas Mercubuana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Marketing Communication and Advertising
Resinta Dewi Susanti
44312120063

Implementasi Telemarketing Asuransi PT.XXX
dalam Menimbulkan Brand Image pada Tahun 2013 – 2014

Jumlah halaman : x + 122 halaman + 2 lampiran

Bibliografi : 13 acuan, Tahun 2010 – 2014

ABSTRAK

Implementasi Telemarketing Asuransi PT.XXX dalam menimbulkan *Brand Image* periode tahun 2013-2014 membahas mengenai kegiatan Telemarketing asuransi dalam melakukan penjualan mulai dari perekrutan telemarketing hingga penjualan berlangsung meninjau komunikasi antar pribadi antara telemarketing dan calon pelanggan yang ditawarkan sehingga berujung pada *brand image* yang timbul dari pandang konsumen.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Teori Philip Kotler, yang menyatakan telemarketing sebagai salah satu unsur pemasaran dari pemasaran langsung (*direct marketing*) yang menggunakan saluran telepon dalam hal ini termasuk kedalam *telemarketing outbound*, kemudian dipaparkan didalamnya Teori Yoseph Devito membahas komunikasi antar pribadi yang efektif dalam rangka penyampaian informasi kepada prospek yang telah ditentukan sehingga pada akhirnya berujung cara pandang konsumen atas pengalamannya ditawarkan telemarketing asuransi PT.XXX, brand image mengacu pada Model Keller yang mengembangkan model ekuitas berbasis pelanggan. Dengan demikian, peneliti mampu menjabarkan implementasi telemarketing dalam melakukan penjualan berdasarkan peraturan dasar perusahaan apakah telah dirasakan juga oleh calon pelanggan.

Penelitian ini menggunakan Paradigma post-positivisme, dimana secara metodologis pendekatan eksperimental dirasa tidak cukup dilengkapi dengan metode triangulasi menggunakan beragam metode, sumber data, dan periset. Aliran ini ditegaskan arti penting dari hubungan interaktif antara periset bisa bersifat netral sehingga tingkat subjektivitas bisa dikurangi. Sedangkan Metode penelitian studi kasus bersifat *instrumental case study*, dimana kasus hanya dijadikan “sarana” untuk memahami hal lain diluar kasus. Sementara untuk teknik pengumpulan data menggunakan wawancara secara mendalam dan studi kepustakaan.

Penelitian menyimpulkan bahwa peraturan dasar perusahaan sudah sangat baik namun pada implementasinya ada faktor-faktor yang membuat sebagian telemarketing dalam komunikasi antar pribadi terhadap calon menjadi tidak sesuai, hal ini yang perlu diperhatikan oleh perusahaan supaya dapat menimbulkan brand image baik dari pandangan konsumen terhadap telemarketing asuransi PT.XXX.