



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**PENERAPAN KOMUNIKASI PERSONAL SELLING DI  
PT. AXA MANDIRI FINANCIAL SERVICES DALAM  
MENDORONG MINAT BELI PRODUK ASURANSI  
JIWA TAHUN 2019  
(Studi Kasus Pada Bank Mandiri Cabang Jatiwaringin, Bekasi)**

**TUGAS AKHIR  
SKRIPSI**

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**Disusun Oleh :**

**RIMA YULIANTI**

**44314110081**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2020**



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**PENERAPAN KOMUNIKASI PERSONAL SELLING  
DI PT. AXA MANDIRI FINANCIAL SERVICES  
DALAM MENDORONG MINAT BELI PRODUK  
ASURANSI JIWA TAHUN 2019  
(Studi Kasus Pada Bank Mandiri Cabang Jatiwaringin, Bekasi)**

**TUGAS AKHIR  
SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana  
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Disusun Oleh :

**RIMA YULIANTI**

**44314110081**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2020**

i



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Rima Yulianti  
NIM : 44314110081  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : *Marketing Communication & Advertising*  
Judul : Penerapan Komunikasi Personal Selling Di PT. Axa Mandiri Financial Service Dalam Mendorong Minat Beli Produk Asuransi Jiwa Tahun 2019 (Studi Kasus Pada Bank Mandiri Cabang Jatiwaringin, Bekasi)

Jakarta, 12 Februari 2020

Mengetahui,

Pembimbing

Tri Diah Cahyowati, M.Si.



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

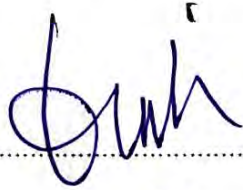
### LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nama : Rima Yulianti  
NIM : 44314110081  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : *Digital Advertising & Marketing Communication*  
Judul : Penerapan Komunikasi Personal Selling Di PT. Axa Mandiri Financial Service Dalam Mendorong Minat Beli Produk Asuransi Jiwa Tahun 2019 (Studi Kasus Pada Bank Mandiri Cabang Jatiwaringin, Bekasi)

Jakarta, 12 Februari 2020

**Penerapan Komunikasi Personal Selling Di PT. Axa Mandiri Financial Service Dalam Mendorong Minat Beli Produk Asuransi Jiwa Tahun 2019 (Studi Kasus Pada Bank Mandiri Cabang Jatiwaringin, Bekasi)**

Pembimbing : Tri Diah Cahyowati, M.Si

()

Penguji Ahli : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom

()

Ketua Sidang : Dadan Iskandar, M.Si

()

### LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **PENERAPAN KOMUNIKASI PERSONAL SELLING DI PT. AXA MANDIRI FINANCIAL SERVICE DALAM MENDORONG MINAT BELI PRODUK ASURANSI JIWA TAHUN 2019 (STUDI KASUS PADA BANK MANDIRI CABANG JATI WARINGIN, BEKASI)**

Nama : Rima Yulianti

NIM : 44314110081

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : *Digital Advertising & Marketing Communication*

Jakarta, 12 Februari 2020

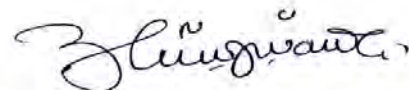
Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing**



(Tri Diah Cahyawati, M.Si)

**Ketua Bidang Studi Marcomm & Advertising**



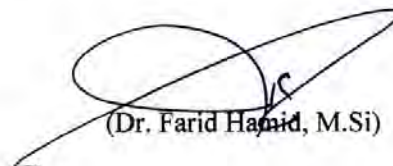
(Yuni Tresnawati, M.I.Kom)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**



(Ponco Budi Sulistyono, M.Comn, Ph.D)

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Mahasiswa : Rima Yulianti

NIM : 44314110081

Konsentrasi : *Digital Advertising & Marketing Communiaction*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir yang berjudul : **Penerapan Komunikasi Personal Selling di PT. AXA Mandiri Financial Services Dalam Mendorong Minat Beli Produk Asuransi Jiwa Tahun 2019 (Studi Kasus Pada Bank Mandiri Cabang Jatiwaringin, Bekasi)**. Adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan ataupun tidak., kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya sudah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan *Plagiarism*. Maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai Sarjana Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi awal.



Mengetahui,



(Tri Diah Cahyowati, M.Si)

Ketua Bidang Studi,



(Yuni Tresnawati, M.I Kom)



UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI

Nama : Rima Yulianti  
NIM : 44314110081  
Judul : Penerapan Komunikasi Personal Selling di PT. AXA Mandiri  
Financial Services Dalam Mendorong Minat Beli Produk  
Asuransi Jiwa Tahun 2019 (Studi Kasus Pada Bank Mandiri  
Cabang Jatiwaringin, Bekasi)  
Bibliografi : 5 Bab 85 hal + lampiran + 20 buku + 6 penelitian ilmiah

Penelitian yang dilakukan berjudul “Penerapan Komunikasi Personal Selling Di AXA Mandiri Financial Services Dalam Mendorong Minat Beli Produk Asuransi Jiwa Tahun 2019 (Studi Kasus Bank Mandiri Cabang Jatiwaringin, Bekasi)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses penerapan komunikasi personal selling wiraniaga memasarkan produk jasa asuransi AXA Mandiri dalam mendorong minat beli terhadap calon nasabah.

Peneliti menyadari bahwa komunikasi personal selling yang efektif merupakan faktor yang penting bagi pencapaian tujuan para wiraniaga asuransi maupun perusahaan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Subjek penelitian adalah para wiraniaga yang telah mendapatkan sertifikat AXA Mandiri dan telah memiliki nasabah serta masih aktif bekerja di asuransi AXA Mandiri.

Penelitian ini menggunakan dua teknik pengumpulan data, yaitu wawancara dan observasi. Data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi. Dari hasil penelitian ini diperoleh suatu kesimpulan bahwa proses penerapan komunikasi *personal selling* yang dilakukan wiraniaga terhadap calon nasabah dilakukan secara sistematis, sopan dan terbuka.

Hal ini dikarenakan tujuan dari pemasaran produk jasa asuransi adalah menginformasikan serta memberi penjelasan tentang produk asuransi AXA Mandiri secara terperinci kepada calon nasabah sehingga mendorong minat beli terhadap produk asuransi AXA Mandiri.

*Kata Kunci: Komunikasi personal selling, wiraniaga, minat beli nasabah*



UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI

Nama : Rima Yulianti  
NIM : 44314110081  
Judul : Penerapan Komunikasi Personal Selling di PT. AXA Mandiri  
Financial Services Dalam Mendorong Minat Beli Produk Asuransi  
Jiwa Tahun 2019 (Studi Kasus Pada Bank Mandiri Cabang  
Jatiwaringin, Bekasi)  
Bibliografi : 5 Chapters 85 pages +enclosures+ 20 books + 6 scientific writings

Research conducted entitled "The Application of Personal Selling Communication at AXA Mandiri Financial Services in Encouraging Interest in Buying Life Insurance Products in 2019 (Studi Kasus of Bank Mandiri Branch Jatiwaringin, Bekasi)". This study aims to determine the process of applying personal selling salesperson communication marketing AXA Mandiri insurance service products in encouraging buying interest in prospective customers.

The researcher realizes that effective personal selling communication is an important factor for achieving the goals of insurance sales people and companies. The research method used in this research is descriptive qualitative method. Research subjects are salespeople who have received the AXA Mandiri certificate and already have customers and are still actively working in AXA Mandiri insurance.

This study uses two data collection techniques, namely interviews and observation. Data obtained from the results of interviews and observations. From the results of this study, it was concluded that the process of applying personal selling communication by salespeople to prospective customers was carried out systematically, politely and openly.

Because the purpose of marketing insurance service products is to inform and provide a detailed explanation of AXA Mandiri insurance products to prospective customers so that it encourages buying interest in AXA Mandiri insurance products.

*Keywords : Personal Selling Communication, Sales, Buying Interest Customers*



## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur bagi Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa telah menganugerahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis dalam rangka menyelesaikan program studi Sarjana Universitas Mercubuana. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tri Diah Cahyowati, Dra M.Si selaku pembimbing dan Dosen Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bimbingan dan saran serta arahan yang membangun untuk penulis.
2. Yuni Tresnawati, S.Sos, M.I.Kom, selaku Ketua Bidang Studi *Digital Advertising & Marketing Communication* Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Ponco Budi Sulisty, M.Comm, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Segenap dosen pengajar dan staff TU Fakultas Universitas Mercu Buana atas segala arahan dan bantuan yang diberikan kepada penulis selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Suami tercinta beserta keluarga yang selalu mendukung dan selalu mendoakan penulis baik secara materi maupun moral sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Sahabat sekaligus teman seperjuangan angkatan 26 Mercu Buana Meruya yang telah memberikan dukungan moral untuk terus menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan kasih dan karunianya, Amin.

Jakarta, Januari 2020

**Rima Yulianti**



## DAFTAR ISI

COVER .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Pemasaran .....	12
2.2.1 Bauran Pemasaran .....	16
2.2.2 Klasifikasi Produk .....	17
2.2.3 Pengertian Jasa .....	18
2.2.4 Kategori Bauran Jasa .....	19
2.2.5 Macam-macam Jasa .....	20
2.2.6 Karakteristik Jasa .....	21
2.2.7 Distribusi Jasa .....	23
2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	24
2.3.1 Bauran Komunikasi Pemasaran .....	26
2.4 Personal Selling .....	30

2.4.1	Penentu Keberhasilan Personal Selling .....	34
2.4.2	Alat-alat Personal Selling .....	37
2.4.3	Keunggulan dan Kelemahan Personal Selling .....	38
2.4.4	Prinsip-Prinsip Personal Selling.....	40
2.5	Wiraniaga .....	44
2.5.1	Merancang Tenaga Penjualan (Wiraniaga).....	44
2.5.2	Tujuan dan Strategi Tenaga Penjualan (Wiraniaga).....	45
2.6	Proses Komunikasi .....	47
2.7	Hambatan Komunikasi.....	48
2.8	Komunikasi Interpersonal .....	50
2.8.1	Pengertian Komunikasi.....	50
2.8.2	Komunikasi Interpersonal.....	51
2.8.3	Proses Komunikasi Interpersonal.....	52
2.8.4	Tujuan Komunikasi Interpersonal.....	55
2.8.5	Fungsi Komunikasi Interpersonal .....	57
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>60</b>
3.1	Paradigma Penelitian.....	60
3.1.1	Paradigma Penelitian.....	60
3.2	Tipe Penelitian .....	61
3.3	Metode Penelitian .....	62
3.4	Subyek Penelitian.....	64
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	65
3.6	Teknik Analisa Data.....	67
3.7	Teknik Keabsahan Data.....	68
3.8	Tahun Penelitian .....	69
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>		<b>70</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	70
4.1.1	Sejarah Singkat PT. AXA Mandiri Financial Services .....	70
4.1.2	Visi dan Misi AXA Mandiri .....	72

4.1.3	Struktur Organisasi.....	72
4.1.4	Deskripsi Wiraniaga AXA Mandiri .....	73
4.1.5	Fungsi dan Peranan Personal Selling .....	75
4.2	Hasil Penelitian .....	76
4.2.1	Wiraniaga AXA Mandiri Area Jatiwaringin.....	76
4.2.2	Target Sasaran Wiraniaga AXA Mandiri Area Jatiwaringin.....	80
4.2.3	Program Asuransi AXA Mandiri .....	80
4.2.4	Pelaksanaan Personal Selling AXA Mandiri.....	81
4.2.5	Fungsi dan Manfaat Personal Selling.....	85
4.3	Pembahasan .....	85
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>93</b>
5.1	Kesimpulan.....	93
5.2	Saran.....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>94</b>
<b>LAMPIRAN TRANSKRIP WAWANCARA .....</b>		<b>96</b>

