

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	18
1.4 Manfaat Penelitian	18
1.5 Sistematika Penelitian	18
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 <i>Personal Selling</i>	20

2.2 Sifat - sifat <i>Personal Selling</i>	22
2.3 Tujuan <i>Personal Selling</i>	24
2.4 <i>Elaboration Likelihood Model</i>	25
2.5 Enam Langkah dalam <i>Personal Selling</i>	27
2.5.1 <i>Prospecting & Qualifying</i>	28
2.5.2 <i>Preapproach</i>	29
2.5.3 <i>Presentation & Demonstration</i>	30
2.5.4 <i>Overcoming Objections</i>	31
2.5.5 <i>Closing</i>	35
2.5.6 <i>Follow-up & Maintenance</i>	36
2.6 Keunggulan <i>Personal Selling</i>	37
2.7 Pengertian dan Peran Tenaga Pemasar	38
2.8 Komunikasi Persuasi	40
2.9 Model Penelitian	42

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian	45
3.1.1 Informan	45
3.1.2 Fokus Penelitian	48
3.1.3 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	50
3.1.4 Teknik Analisis Data	52
3.1.5 Waktu & Lokasi Penelitian	53
3.2 Profil Perusahaan	53

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Narasumber	60
4.2 Analisis Data	61
4.2.1 <i>Prospecting & Qualifying</i>	62
4.2.2 <i>Pre-approach</i>	70
4.2.3 <i>Presentation & Demonstration</i>	76
4.2.4 <i>Overcoming Objections</i>	85
4.2.5 <i>Closing</i>	97
4.2.6 <i>Follow-up & Maintenance</i>	107
4.3 Pembahasan Penerapan <i>Personal Selling</i>	115

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	128
5.2 Saran	132

DAFTAR PUSTAKA	136
-----------------------	-----

LAMPIRAN	139
-----------------	-----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Keuntungan <i>Bancassurance</i> untuk Perusahaan Asuransi dan Bank ...	10
Tabel 3.1 Perbandingan Data Produksi Nasional <i>Bancassurance</i> Prudential Indonesia Antara FSC Jabodetabek VS FSC Non Jabodetabek Tahun 2016	47
Tabel 3.2 Data Perbandingan Produksi Nasional <i>Bancassurance</i> Prudential Indonesia Antara FSC Senior dan FSC Junior Tahun 2016	47
Tabel 3.3 Fokus Penelitian	48
Tabel 4.1 Rekap Pembahasan Penerapan <i>Personal Selling</i>	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komposisi Premi Bruto Asuransi Triwulan I 2016	2
Gambar 1.2 <i>Market Share</i> Industri Asuransi Jiwa di Indonesia Tahun 2015	6
Gambar 1.3 <i>Market Share</i> Bisnis Baru Pemasaran Keagenan Tahun 2015	7
Gambar 1.4 <i>Market Share</i> Bisnis Baru Pemasaran Bancassurance Tahun 2015..	8
Gambar 1.5 Enam Langkah Penjualan <i>Bancassurance</i> Prudential	11
Gambar 2.1 Enam Langkah Penjualan Efektif <i>Personal Selling</i>	27
Gambar 2.2 Model Penelitian	44
Gambar 3.1 Logo Prudential Group	55
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Prudential Indonesia Tahun 2016	57
Gambar 3.3 Struktur Organisasi <i>Partnership Distribution Department</i> (<i>Bancassurance</i>) Prudential Indonesia Tahun 2016	58
Gambar 3.4 Alur Model Bisnis Referral <i>Bancassurance</i> Prudential Indonesia ...	58
Gambar 4.1 Peragaan penjelasan ilustrasi/proposal produk asuransi Prudential oleh FSC	85
Gambar 4.2 Peragaan proses <i>closing</i> oleh FSC yang ditandai dengan penandatanganan dokumen oleh nasabah	106

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara	139
Lampiran 2 Ilustrasi/Proposal Produk Asuransi Jiwa <i>Bancassurance</i> Prudential Indonesia	140
Lampiran 3 <i>Fund Fact Sheet Bancassurance</i> Prudential Indonesia	141
Lampiran 4 Brosur Produk Asuransi Jiwa Prudential Indonesia	142