

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-Nya, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan. Tugas Akhir dengan judul “STRATEGI PT. PERUSAHAAN ASURANSI SEQUISLIFE MELALUI *PERSONAL SELLING* DALAM MEMASARKAN ASURANSI” ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Karawaci.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu kepada:

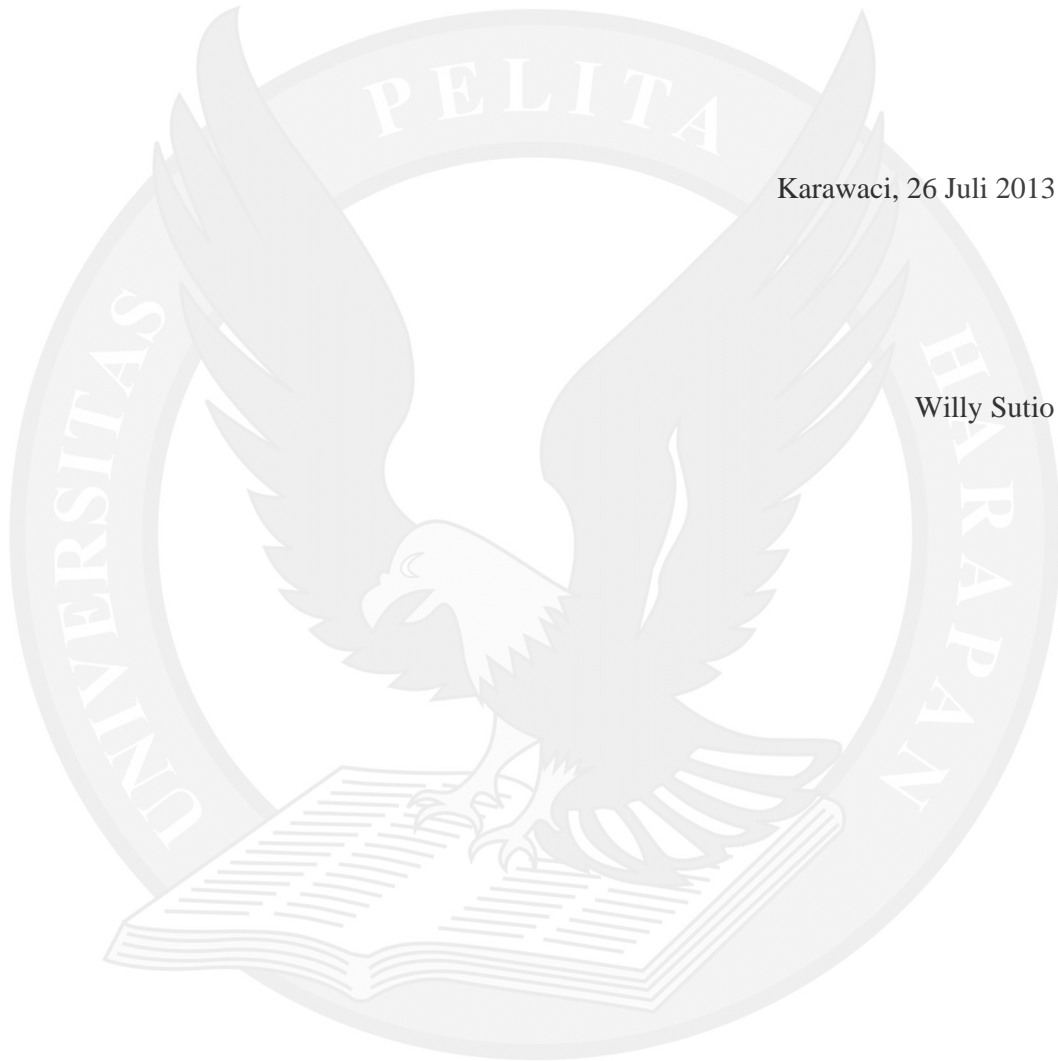
1. Tuhan Yesus Kristus,
2. Bapak Prof, Aleksius Jemadu, PH. D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pelita Harapan
3. Rose Emamaria Tarigan, S.Sos., M.Si., selaku Penasihat Akademik dan juga selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Drs. Palar Pardi Sandjaja, S.E., M.S., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, informasi, saran serta kritik kepada Peneliti
5. Julia, S.Sos., M.A., selaku Koordinator Tugas Akhir
6. Dr.phil. Deborah N. Simorangkir, BA., M.S., yang juga telah memberi dukungan,

7. Nalkuku Sedebun, S.E. yang telah banyak membantu penulis dalam tugas akhir penulis atas segala bantuan, bimbingan serta saran dan kritik yang telah diberikan,
8. Bapak Amos, selaku Vice President Agency Sequislife yang telah memberikan kesempatan dan kepercayaan kepada penulis untuk dapat melakukan penelitian di PT. PERUSAHAAN ASURANSI SEQUISLIFE.
9. Rekan-rekan pekerja di PT. PERUSAHAAN ASURANSI SEQUISLIFE yang telah membantu saya memberikan informasi selama penelitian Tugas Akhir kepada Peneliti,
10. Keluarga saya, Papa, Mama, Reynaldi, Marcella yang selalu mendukung saya dalam pengerjaan Tugas akhir.
11. Teman-teman saya Chandra, Michael, Bernardo, Chandra, Marhensia, Cindy, Irene, Michael, Shandy, Adit, Elvira, Priska, Happy, Lydia, Ime, Ingke, Shinta, Mario, Selvia, Uswatun, Jesse, Audrey, Kartika, Suci, Julia, Shieravin, Elizabeth, Stephanie, Patrick, Handoko, Gilang, Adi, Erlin yang terus memberi dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
12. Segenap tim bola Ilmu Komunikasi Vava, Adam, Devin, Yuda, Bima, Ega, Ogi, Dico, Gerry, Jesse, Alfandro, dan yang lainnya, yang selalu memberi dukungan, doa dan bantuan selama pengerjaan Tugas Akhir ini.
13. Setiap orang yang tidak bisa saya sebutkan yang selalu membantu saya, memberikan dukungan, doa kepada penulis selama pengerjaan Tugas Akhir ini.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, Peneliti sangat mengharapkan saran, kritik atau masukan yang dapat membangun untuk penyempurnaan tulisan ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Karawaci, 26 Juli 2013

Willy Sutio



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Identifikasi Masalah .....	5
I.3 Perumusan Masalah .....	7
I.4 Tujuan Penelitian .....	7
I.5 Kegunaan Penelitian .....	8
I.5.1 Akademis .....	8
I.5.2 Praktis .....	8
I.5.3 Sosial .....	8
I.6 Sistematika Penelitian .....	8
<b>BAB II Objek Penelitian</b>	
II.1 Sequislife .....	10
II.2 Visi dan Misi Sequislife .....	12
II.3 SWOT .....	13
II.4 Struktur Organisasi PT.AJ.Sequislife .....	15
II.5 Agency PT.AJ.Sequislife .....	16
II.5.2 <i>Desk Job</i> .....	17
<b>BAB III TINJAUAN PUSTAKA</b>	
III.1 Pengertian Ilmu Komunika .....	19
III.2 IMC Sebagai Sebuah Proses Komunikasi .....	22
III.2.1 Fungsi IMC .....	26
III.2.2 Tujuan IMC .....	27

III.3 <i>Marketing Mix</i> .....	29
III.4 <i>Promotional Mix</i> sebagai alat IMC .....	30
III.5 <i>Personal Selling</i> .....	35
III.5.1 Keunggulan <i>Personal Selling</i> .....	38
III.5.2 <i>Strategis</i> .....	41
III.5.3 <i>Sales Stages Process</i> dalam <i>Personal Selling</i> .....	42
<b>BAB IV METODELOGI PENELITIAN</b>	
IV.1. Metode Penelitian .....	48
IV.2 Sumber Data .....	51
IV.3 Teknik Pengumpulan Data .....	52
IV.4 Unit Analisis .....	54
IV.5 Analisis Data .....	55
IV.6 Keabsahan Data .....	56
IV.7 Kerangka Berfikir .....	61
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
V.1 Hasil Penelitian	62
V.1.1 Implementasi Perencanaan Promosi di Perusahaan asuransi Sequislife .....	62
V.1.2 <i>Sales Stages Proses</i> dalam <i>Personal Selling</i> Perusahaan Sequislife .....	66
V.2 Pembahasan .....	78
V.2.1 Elemen-elemen Promosi Pendukung Perusahaan Asuransi Sequislife dalam <i>Promotional Mix</i> .....	80
V.2.1.1 <i>Advertising</i> .....	80
V.2.1.2 <i>Event</i> .....	81
V.2.1.3 <i>Interaktif/Internet Marketing</i> .....	82
V.2.2 Implementasi <i>Sales Stages Process</i> dalam <i>Personal Selling</i> yang dilakukan oleh Perusahaan Asuransi Sequislife.....	82
V.2.2.1 <i>Prospecting Customer</i> .....	82
V.2.2.2 <i>Qualifying Prospects</i> .....	85
V.2.2.3 <i>Developing Relationship</i> .....	86
V.2.2.4 <i>Presenting Sales Message</i> .....	87
V.2.2.5 <i>Handling Quarries &amp; Objection</i> .....	90
V.2.2.6 <i>Closing The Sales</i> .....	91
V.2.2.7 <i>Providing Service &amp; Support</i> .....	92
V.2.2.8 <i>Developing Relationship</i> .....	94
V.2.2.9 <i>Maintaining Trust &amp; Commitment</i> .....	95
<b>BAB VI PENUTUP</b>	
VI.1.1 Kesimpulan .....	97
VI.1.2 Saran .....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	101
<b>LAMPIRAN A</b>	

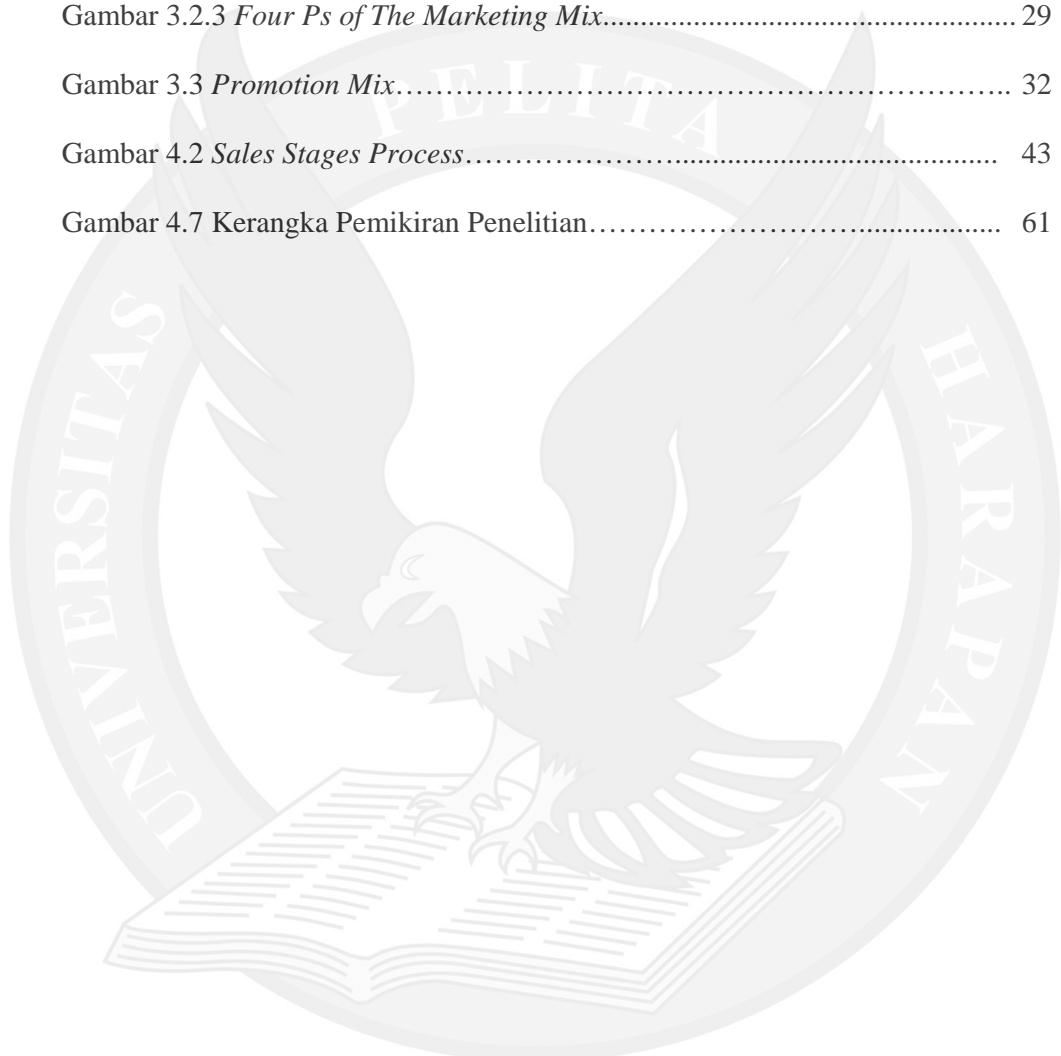
**LAMPIRAN B**

**CURRICULUM VITAE**



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT. Perusahaan Asuransi Sequislife.....	15
Gambar 2.5 Struktur Organisasi Agency Sequislife Indonesia.....	16
Gambar 3.1 Proses Komunikasi.....	20
Gambar 3.2.3 <i>Four Ps of The Marketing Mix</i> .....	29
Gambar 3.3 <i>Promotion Mix</i> .....	32
Gambar 4.2 <i>Sales Stages Process</i> .....	43
Gambar 4.7 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	61



## DAFTAR LAMPIRAN

### LAMPIRAN A

Surat Permohonan Izin Melakukan Penelitian.....	A-1
Surat Keterangan Penerimaan Melaksanakan Penelitian .....	A-2
Lembar <i>Monitoring</i> Bimbingan Tugas Akhir.....	A-3

### LAMPIRAN B

Transkrip Wawancara Key Informan A.....	B-1
Transkrip Wawancara Key Informan B.....	B-2
Transkrip Wawancara Informan A.....	B-3
Transkrip Wawancara Informan B.....	B-4
Form Nasabah .....	B-5
TVC Asuransi Sequislife.....	B-6
<i>Advertising</i> Sequislife.....	B-7
Proses Interview Key Informan.....	B-8
Brosur Sequislife “New Scholar Plan”.....	B-9
Brosur Sequislife “Sequisling Protector Plus 75”.....	B-10
Brosur Sequislife “Mari Berasuransi” .....	B-11