

ABSTRAK

Dalam menjalani fase kehidupan resiko dapat terjadi terhadap kehidupan seseorang dimanapun dan kapanpun seperti risiko kematian, sakit, atau risiko dipecat dari pekerjaannya atau juga risiko. Dalam dunia bisnis risiko yang akan dihadapi dapat berupa risiko kerugian akibat kebakaran, kerusakan atau kehilangan atau risiko lainnya. Perusahaan yang mau menanggung resiko yang tadi dijelaskan diatas adalah perusahaan asuransi. Perusahaan asuransi mau menanggung resiko yang akan dihadapi nasabahnya, baik perorang maupun badan usaha (kelompok). Hal ini disebabkan perusahaan asuransi merupakan perusahaan yang melakukan usaha dalam bidang jasa pertanggung jawaban terhadap resiko yang akan dihadapi oleh nasabahnya. Oleh Karena itu Perusahaan Asuransi membutuhkan tenaga pemasar yang disebut dengan *agent* yang bertugas untuk mencari nasabah dan mengajari mereka betapa pentingnya asuransi untuk masa depan. Dalam pelaksanaan proses *personal selling* terdapat 4 indikator yaitu Kemampuan komunikasi, pemahaman produk, kreativitas, dan empati. Jenis penelitian ini adalah metode deskriptif. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dokumentasi. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini dengan melakukan reduksi data, mendisplay data, dan membuat simpulan. Hasil dari penelitian ini adalah *agent* PT. Prudential Life Assurance KPM Prustars Agency menjalin hubungan yang baik dengan para nasabahnya, melalui penilaian dari nasabah itu sendiri.

Kata Kunci : *Personal Selling, Marketing, Bauran Promosi*