

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui profil pelanggan dengan menggunakan konsep *psychographic profile* sehingga dapat dirumuskan strategi penjualan yang sesuai dengan analisis profil yang telah dibuat untuk dapat meningkatkan profit perusahaan. Dalam hal ini adalah PT. AJB Bumiputera 1912. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah motivasi, persepsi, pengetahuan/pembelajaran, kepribadian dan sikap.

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui survei menggunakan alat ukur kuesioner terhadap 177 masyarakat di wilayah kecamatan Kiaracandong, Bandung Wetan dan Cicadas. Berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan statistika deskriptif, yaitu frekuensi dan *crosstabulation*, serta dengan menggunakan analisis *cluster*, yaitu *K Means Cluster*, didapatkan 3 *cluster* yang berbeda satu sama lain sesuai dengan karakteristiknya. Masing-masing *cluster* itu adalah *cluster* tingkat atas, menengah dan *cluster* tingkat bawah.

Perumusan rekomendasi strategi penjualan dilakukan pada masing-masing *cluster* sesuai dengan profilnya. Rekomendasi program dirumuskan berdasarkan saran dari pelanggan asuransi di Kecamatan Kiaracandong, Bandung Wetan, dan Cicadas serta *benchmark* dari competitor Bumiputera lainnya.

Kata kunci : *Psychographic Profile*, *cluster*, strategi penjualan, dan asuransi