

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF PERSONAL SELLING ON CUSTOMER
INVESTMENT DECISIONS IN DEPOSIT PRODUCTS AT PT. BANK
NEGARA INDONESIA TASIKMALAYA BRANCH**

by:

Aditia Supriatna

NIM. 213404006

Guidance I : Agi Rosyadi S.E., M.M

Guidance II : Yuyun Yuniasih S.E., M.Si

This study aims to determine the effect of personal selling on customer investment decisions in deposit products at PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Tasikmalaya Branch. The research method used is a quantitative descriptive method with a survey approach. Data was collected through questionnaires distributed to 75 BNI Tasikmalaya Branch customers. The results showed that the personal selling conducted by BNI officers was rated very well by customers, with an average response of 4.14. This personal selling has a positive and significant effect on customer investment decisions in deposit products, with an average response for the customer decision variable of 3.95. The t-test analysis showed a significance value of $0.000 < 0.05$, indicating that personal selling has a significant effect on customer investment decisions in deposit products. This study suggests that BNI should continue to improve and maintain the quality of personal selling conducted by bank officers to enhance customer investment decisions. Additionally, this research is expected to serve as a reference for future research to expand the scope by involving more data and other bank branches.

Keywords: personal selling, customer decisions, deposits

ABSTRAK

PENGARUH PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM BERINVESTASI PADA PRODUK DEPOSITO DI PT. BANK NEGARA INDONESIA KANTOR CABANG TASIKMALAYA

Oleh:

Aditia Supriatna

NIM. 213404006

Pembimbing I : Agi Rosyadi S.E., M.M

Pembimbing II : Yuyun Yuniasih S.E., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh personal selling terhadap keputusan nasabah dalam berinvestasi pada produk deposito di PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Tasikmalaya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan kepada 75 nasabah BNI Kantor Cabang Tasikmalaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa personal selling yang dilakukan oleh petugas BNI dinilai sangat baik oleh nasabah dengan rata-rata jawaban sebesar 4,14. Personal selling ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam berinvestasi pada produk deposito, dengan rata-rata jawaban untuk variabel keputusan nasabah sebesar 3,95. Analisis uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti bahwa personal selling berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam berinvestasi pada produk deposito. Penelitian ini menyarankan agar BNI terus meningkatkan dan mempertahankan kualitas personal selling yang dilakukan oleh petugas bank untuk meningkatkan keputusan nasabah dalam berinvestasi. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya untuk memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan lebih banyak data dan cabang bank lainnya.

Kata kunci: *personal selling*, keputusan nasabah, deposito