

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PERSONAL SELLING ON MSME INTEREST IN APPLYING FOR PEOPLE'S BUSINESS CREDIT (KUR) AT THE BRI SINDANGKASIH UNIT OFFICE, CIAMIS

By:

Winda Amalia
NPM. 233404112

Guide I : Dedeh Sri Sudaryanti, S.E., M.Si.

Guide II : Hj. Noneng Masitoh, Ir., M.M.

*This study aims to determine and analyze the influence of Personal Selling on MSME interest in applying for People's Business Credit (KUR) at the BRI Sindangkasih Unit Office, Ciamis. The research method used is a quantitative method with an associative descriptive approach. Data were collected by distributing questionnaires to 94 respondents who are MSME actors within the working area of the BRI Sindangkasih Unit. Data analysis techniques included classical assumption tests, simple linear regression analysis, coefficient of determination, and hypothesis testing (t-test). The results of the study show that the implementation of Personal Selling and MSME Interest are both in the **good** category (based on the Interval Value Scale analysis). The t-test results indicate that Personal Selling has a positive and significant effect on MSME interest in applying for KUR, with a significance value of < 0.001 . The coefficient of determination (R^2) value of 0.925 indicates that 92.5% of the interest variable is influenced by Personal Selling, while the remaining 7.5% is influenced by other factors not examined in this study. The conclusion of this study is that the optimization of interpersonal communication and personal approaches conducted by bank officers are key factors in increasing customer interest in credit products.*

Keywords: *Personal Selling, MSME Interest, People's Business Credit (KUR).*

ABSTRAK

PENGARUH *PERSONAL SELLING* TERHADAP MINAT UMKM DALAM MENGAJUKAN KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) DI BRI KANTOR UNIT SINDANGKASIH CIAMIS

Oleh:

Winda Amalia
NPM. 233404112

Pembimbing I : Dedeh Sri Sudaryanti, S.E., M.Si.
Pembimbing II : Hj. Noneng Masitoh, Ir., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Personal Selling* terhadap minat UMKM dalam mengajukan Kredit Usaha Rakyat (KUR) di BRI Kantor Unit Sindangkasih Ciamis. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif asosiatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 94 responden yang merupakan pelaku UMKM di wilayah kerja BRI Unit Sindangkasih Ciamis. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, koefisien determinasi, dan uji hipotesis (uji t). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan *Personal Selling* dan Minat UMKM berada pada kategori **baik** (berdasarkan analisis Nilai Jenjang Interval). Hasil uji t menunjukkan bahwa *Personal Selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM dalam mengajukan KUR dengan nilai signifikansi $< 0,001$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,925 menunjukkan bahwa sebesar 92,5% variabel minat dipengaruhi oleh *Personal Selling*, sedangkan sisanya sebesar 7,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Simpulan dari penelitian ini adalah optimalisasi komunikasi interpersonal dan pendekatan personal yang dilakukan oleh petugas bank menjadi faktor kunci dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk kredit.

Kata Kunci: *Personal Selling*, Minat UMKM, Kredit Usaha Rakyat (KUR).