

ABSTRACT
THE INFLUENCE OF PERSONAL SELLING ON CUSTOMER DECISIONS TO
SAVE IN THE STUDENT SAVINGS PRODUCT (SIMPEL) OF PT BANK
PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT AND BANTEN Tbk
(Study of Parents of Early Childhood Education (PAUD) Students
in Manonjaya District)

By:
RIVA FAUZIAH
NPM 233404107

Guide I : Andri Helmi Munawar, S.E., M.M.
Guide II : Ageng Asmara Sani, S.E.I., M.E.

This study aims to determine personal selling, customer savings decisions, and the influence of personal selling on customer savings decisions in the Student Savings (SimPel) product of PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Manonjaya Sub-Branch Office. The research method used is a quantitative method with a causal associative approach. The data collection technique was carried out by distributing questionnaires to 92 respondents. The results of the simple linear regression analysis produced the equation $Y = 0.883 + 0.755X$, which shows that every increase in personal selling will increase customer savings decisions by 0.755. The t-test results show a t-value of 10.945 with a significance value of $0.000 < 0.05$, so it can be concluded that personal selling has a positive effect on customer savings decisions. In addition, the coefficient of determination (Rsquare) value of 0.571 indicates that personal selling is able to explain customer savings decisions by 57.1% while the remaining 42.9% is explained by other variables outside this study. The implications of these findings require bank bjb KCP Manonjaya to continue to maintain its excellence in the approach dimension, which has been assessed as very good, while simultaneously formulating a more inclusive savings stimulus strategy to optimize the purchase amount dimension, which is currently still relatively low due to the limited financial capacity of the majority of respondents in the Manonjaya District area. Thus, the more optimal the personal selling carried out, the higher the level of customer decisions to save in the Student Savings (SimPel) product of PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Manonjaya Sub-Branch Office.

Keywords: Personal Selling, Customer Decision To Save, Student Savings (SimPel).

ABSTRAK
**PENGARUH *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
MENABUNG PADA PRODUK SIMPANAN PELAJAR (SIMPEL) PT BANK
PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN Tbk.**
**(Studi pada Orang Tua Siswa Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD)
di Kecamatan Manonjaya)**

Oleh:
RIVA FAUZIAH
NPM 233404107

Pembimbing I : Andri Helmi Munawar, S.E., M.M.
Pembimbing II : Ageng Asmara Sani, S.E.I., M.E.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *personal selling*, keputusan nasabah menabung, serta pengaruh *personal selling* terhadap keputusan nasabah menabung pada produk Simpanan Pelajar (SimPel) PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Manonjaya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 92 responden. Hasil analisis regresi linier sederhana menghasilkan persamaan $Y=0,883 + 0,755X$, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan *personal selling* akan meningkatkan keputusan nasabah menabung sebesar 0,755. Hasil uji t menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 10.945 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa *personal selling* berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung. Selain itu, nilai koefisien determinasi (*Rsquare*) sebesar 0,571 menunjukkan bahwa *personal selling* mampu menjelaskan keputusan nasabah menabung sebesar 57,1% sedangkan sisanya sebesar 42,9% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini. Implikasi dari temuan ini mengharuskan bank bjb KCP Manonjaya untuk terus mempertahankan keunggulan pada dimensi *approach* (pendekatan) yang sudah dinilai sangat baik, sekaligus memformulasikan strategi stimulus tabungan yang lebih inklusif guna mengoptimalkan dimensi *purchase amount* (jumlah tabungan) yang saat ini masih relatif rendah akibat keterbatasan kapasitas finansial mayoritas responden di wilayah Kecamatan Manonjaya. Dengan demikian, semakin optimal *personal selling* yang dilakukan, maka semakin tinggi tingkat keputusan nasabah menabung pada produk Simpanan Pelajar (SimPel) PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Manonjaya.

Kata Kunci: *Personal Selling*, Keputusan Nasabah Menabung, Simpanan Pelajar (SimPel)