

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PERSONAL SELLING ON CUSTOMER INTEREST AT PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk KAWALU UNIT OFFICE IN THE HOUSING PROGRAM CREDIT (KPP) PRODUCT

By:

Fanisa Azzahra Noviani

NPM. 233404126

Guide I: Mira Rahmawati, S.P., M.M

Guide II: Dr. Annas Syams Rizal Fahmi, S.E.I., M.E

This study aims to determine the implementation of personal selling in the Housing Loan Program (Kredit Program Perumahan/KPP), customers' interest in the Housing Loan Program (KPP), and the effect of personal selling on customers' interest at PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Kawalu Unit Office. This study employed a quantitative approach using a verification method. Data were collected through questionnaires distributed to 100 active customers of PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Kawalu Unit Office, selected using a purposive sampling technique. The data were analyzed using descriptive statistics, validity testing, reliability testing, classical assumption testing, simple linear regression analysis, and hypothesis testing. The results indicate that personal selling is categorized as very good, while customers' interest is categorized as good. Personal selling has a positive and significant effect on customers' interest, as indicated by a regression coefficient of 0.511 and a significance value of (Sig. <0,001) 0.000 (< 0.05). The coefficient of determination (R Square) of 0.675 indicates that 67.5% of the variation in customers' interest is explained by personal selling, while the remaining 32.5% is influenced by other factors outside the scope of this study. These findings demonstrate that personal selling makes a substantial contribution to increasing customers' interest in the Housing Loan Program (KPP). Therefore, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Kawalu Unit Office is expected to continuously improve the effectiveness of personal selling through clear product information delivery, enhanced employee communication skills, and appropriate customer targeting.

Keywords: Personal Selling, Customer Interest, Housing Loan Program (KPP), Banking marketing.

ABSTRAK

PENGARUH *PERSONAL SELLING* TERHADAP MINAT NASABAH DI PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk KANTOR UNIT KAWALU PADA PRODUK KREDIT PROGRAM PERUMAHAN (KPP)

Oleh:

Fanisa Azzahra Noviani

NPM. 233404126

Pembimbing I : Mira Rahmawati, S.P., M.M

Pembimbing II : Dr. Annas Syams Rizal Fahmi, S.E.I., M.E

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Personal Selling* pada Produk Kredit Program Perumahan (KPP), minat nasabah pada Produk Kredit Program Perumahan (KPP), serta pengaruh *Personal Selling* terhadap Minat nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Unit Kawalu. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode verifikatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan nasabah aktif di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Unit Kawalu dengan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier sederhana, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Personal Selling* berada pada kategori sangat baik, sedangkan Minat nasabah berada pada kategori baik. *Personal Selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah, dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,523 dan nilai signifikansi sebesar (Sig. <0,001) $0,000 < 0,05$. Nilai R Square sebesar 0,613 menunjukkan bahwa 61,3% variasi Minat nasabah dijelaskan oleh *Personal Selling*, sedangkan 38,7% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa *Personal Selling* memberikan kontribusi yang kuat dalam meningkatkan Minat nasabah terhadap Produk Kredit Program Perumahan (KPP). Oleh karena itu, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Unit Kawalu diharapkan terus meningkatkan efektivitas *Personal Selling* melalui penyampaian informasi yang jelas, kemampuan komunikasi pegawai, dan penentuan sasaran nasabah yang tepat.

Kata Kunci: *Personal Selling*, Minat Nasabah, Kredit Program Perumahan (KPP), Pemasaran Perbankan.