

ABSTRAK

Menanggapi persaingan bisnis yang ketat seperti sekarang ini, perusahaan *smartphone* harus tanggap dalam mengikuti keinginan konsumen sehingga konsumen akan memberikan respon yang positif terhadap produk *smartphone* yang ditawarkan perusahaan. Hal ini disadari oleh perusahaan Samsung yang melakukan penjualan dengan strategi pemasaran yang tepat, salah satunya adalah menggunakan strategi *personal selling* melalui jasa *sales promotion girl*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui respon konsumen terhadap strategi *personal selling* melalui *sales promotion girl smartphone* Samsung di kota Bandung. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana dan metode teknik *incidental sampling*. Dengan pengambilan sampel yaitu responden yang menggunakan *smartphone* Samsung di kota Bandung. Berdasarkan analisis deskriptif respon konsumen terhadap strategi *personal selling* melalui *sales promotion girl smartphone* Samsung di kota Bandung menempati posisi 77,05%, ini dapat diartikan bahwa konsumen merespon dalam kategori baik secara keseluruhan variabel yang diteliti. Berdasarkan uji hipotesis parsial (uji T), maka variabel *respon konsumen* dengan tolak ukur AIDA berpengaruh secara signifikan terhadap strategi *personal selling* melalui *sales promotion girl smartphone* Samsung di kota Bandung sebesar 63.4% sedangkan sisanya 36.6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Respon Konsumen, *Personal Selling*, *Sales Promotion Girl*, AIDA

