

## ABSTRAK

Kebutuhan akan rumah di Jawa Barat dari tahun ketahun semakin meningkat, menimbulkan persaingan yang ketat pada bisnis properti khususnya rumah. Dengan kondisi ini konsumen dapat secara leluasa memilih produk perumahan yang mereka inginkan dari banyak merk lain, maka dari itu Perumnas harus memiliki strategi untuk memenangkan persaingan dengan industri sejenis. Salah satunya dengan menggunakan teknik *personal selling*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pendapat konsumen terhadap *personal selling* yang dilakukan perum perumnas, mengetahui pendapat konsumen terhadap keputusan pembelian rumah Bumi Parahiyangan Kencana di Soreang, Bandung, dan menganalisa Pengaruh *Personal selling* terhadap keputusan pembelian Perumahan Bumi Parahiyangan Kencana di Soreang, Bandung. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah penduduk Soreang, yang tinggal di kompleks perumahan Bumi Parahiyangan Kencana dan yang mengetahui tentang Perumnas. Teknik penarikan sampel dengan menggunakan non Probabilitas sampling dengan teknik *purposive*. Selanjutnya dengan menggunakan rumus *bernoulli*, sehingga diperoleh sampel sebesar 100 orang. Teknik pengambilan data dengan menggunakan data primer berupa kuisisioner. Untuk analisis data digunakan analisis jalur regresi sederhana dengan menggunakan program spss versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal selling* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 27% terhadap keputusan pembelian perumahan Bumi Parahiyangan Kencana di Soreang, Bandung, sedangkan sisanya 73% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci :** *Personal selling*, Keputusan Pembelian

