

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kegiatan *Personal Selling* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di PT. Bahana Cahaya Sejati Bandung. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana implementasi *personal selling* produk Yamaha di PT Bahana Cahaya Sejati Bandung, bagaimana keputusan pembelian yang dilakukan konsumen di PT Bahana Cahaya Sejati Bandung, bagaimana pengaruh *personal selling* terhadap keputusan pembelian dan bagaimana strategi perbaikan yang harus dilakukan oleh PT Bahana Cahaya Sejati Bandung. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Populasi diambil dari total penjualan PT. Bahana Cahaya Sejati Bandung selama lima tahun terakhir (2008-2012). Teknik sampling yang digunakan adalah metode *nonprobability sampling* dengan teknik sampel incidental. analisis statistik data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier, koefisien determinasi dan analisis IPA (*Importance Performance Analysis*). Berdasarkan perhitungan statistik dengan menggunakan program SPSS 20.0 *for windows*, bahwa 24,4 % variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh *personal selling* dan masuk dalam kategori rendah. Sedangkan sisanya 75,6% variabel keputusan pembelian akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah pengaruh *personal selling* terhadap keputusan pembelian di PT. Bahana Cahaya Sejati Bandung mempunyai hubungan yang positif dan signifikan.

Kata kunci : *Personal Selling*, Keputusan Pembelian