

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Personal Selling* terhadap minat beli tabungan berjangka yang ditawarkan Bank Woori Saudara dengan menggunakan AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) pada minat beli. Jenis penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan menggunakan uji analisis linier sederhana, uji f dan Rsquare. Berdasarkan hasil analisis tersebut diperoleh koefisien regresi X sebesar 0,43 dan nilai konstanta sebesar 22,600 yang berarti personal selling mempengaruhi minat beli memiliki pengaruh sebesar 0,43 berdasarkan persamaan regresi tersebut dan personal selling memiliki presentase sebesar 62% dalam mempengaruhi minat beli sedangkan sisanya sebesar 38% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

Kata kunci: Minat Beli, *Personal Selling*