

## ABSTRAK

*Personal selling* adalah salah satu kegiatan promosi untuk dapat menarik calon nasabah dan membangun citra perusahaan. Berdasarkan observasi fenomena yang terjadi saat pelaksanaan *personal selling* ditemukan beberapa kesalahan persepsi oleh nasabah ketika menerima informasi promosi akibat penyampaian yang kurang detail, nasabah yang kurang puas dengan kemampuan tenaga penjual dalam mengatasi keluhan sesuai dengan kebutuhan, waktu pelaksanaan kegiatan promosi yang kurang efektif. Saat ini perusahaan sedang berusaha meningkatkan promosi produk layanan e-banking *mobile banking* merupakan memberikan kemudahan dalam melakukan bertransaksi melalui smartphone produk terbaru yang dimiliki Bank BJB yaitu BJB Digicash. Dengan adanya program dari promosi menggunakan *personal selling* perusahaan diharapkan dapat menargetkan konsumen, lebih mudah dalam mendekati dan menarik hati calon nasabah namun belum seluruhnya sesuai indikator dikatakan efektif. Apabila kegiatan *personal selling* kurang tepat maka dapat mengakibatkan berkurangnya pendapatan perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan Tinjauan *Personal Selling* BJB Digicash (Studi Pada Nasabah Bank BJB Kantor Cabang Buah Batu Bandung Tahun 2021). Sumber data yang diperoleh melalui sumber data primer dan sekunder. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis metode deskriptif. Teknik yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah pengguna BJB Digicash dengan jumlah sebanyak 100 responden.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan besaran persentase *personal selling* diantaranya *prospecting and qualifying* (prospek dan mengkualifikasi) sebesar 80,6% , *approach* (pendekatan) sebesar 80% , *presentation and demonstration* (presentasi dan demonstrasi) sebesar 77,5% , *handling objection* (mengatasi keberatan) sebesar 78%, *closing* (penutupan) sebesar 86% dan *follow up* (tindak lanjut) sebesar 79% dapat disimpulkan bahwa *personal selling* pada Bank BJB terlaksana dengan baik.

Kata kunci: Personal Selling, BJBDigicash.