

ABSTRAK

Pada awal Maret 2020, kasus positif Covid-19 pertama di Indonesia terdeteksi. Virus tersebut semakin meningkat dan meluas di seluruh wilayah Indonesia. Hingga akhirnya diberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) oleh pemerintah. Selama pandemi Pizza Hut mengalami kerugian hingga 85%. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh kegiatan *personal selling* Pizza Hut Jakarta Terhadap Persepsi Konsumen. Metode penelitian yang dilakukan yaitu kuantitatif deskriptif, dengan teknik *non-probability sampling* kepada 400 responden. Hasil penelitian berdasarkan analisis deskriptif didapatkan pada variabel *personal selling* (X) dimensi tertinggi yaitu *pre-approach* sebesar 88% dan dimensi terendah yaitu *follow up* sebesar 82%. Pada variabel persepsi konsumen (Y) didapatkan dimensi tertinggi yaitu kognisi sebesar 91% dan dimensi terendah oleh emosi sebesar 81%. Hasil olah data koefisien korelasi penelitian ini yaitu sebesar 0,786. Nilai tersebut termasuk pada tingkat yang kuat, sehingga terdapat hubungan yang kuat antara *personal selling* Pizza Hut Jakarta dan persepsi konsumen. Hasil koefisien determinasi penelitian ini sebesar 61,7% pengaruh yang diberikan variabel *Personal Selling* pada variabel persepsi konsumen. Hasil uji regresi linear sederhanamenyatakan setiap kenaikan *personal selling* 1% akan menaikkan persepsi konsumen 0,807. Penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas maupun autokorelasi. Terakhir, didapatkan hasil Uji t hitung $(25,335) > t$ tabel $(1,96)$.