

ABSTRAK

Bank merupakan lembaga keuangan yang saat ini digunakan oleh masyarakat, salah satu contohnya yaitu Bank Negara Indonesia. Bank Negara Indonesia adalah salah satu bank umum milik negara yang diberi mandat untuk memperbaiki ekonomi rakyat dan berpartisipasi dalam pembangunan nasional. Seperti yang kita ketahui, *personal selling* sering digunakan perusahaan, salah satunya Bank Negara Indonesia. Perusahaan biasanya menerapkan *personal selling* untuk mengetahui lebih rinci keinginan, keluhan maupun saran konsumen mengenai produk atau jasa yang ditawarkan oleh bank. Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian dengan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Hasil yang dipaparkan yaitu dalam bentuk kata-kata, serta data yang digambarkan adalah hasil dari wawancara dan observasi yang berasal dari konsumen atau nasabah Bank Negara Indonesia. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi wawancara, dokumentasi dan observasi. Data analisis dengan menggunakan analisis kualitatif yaitu pengamatan deskriptif. Pada penelitian ini, penulis mengajukan 8 pertanyaan kepada 20 nasabah melalui 4 indikator dari *personal selling*, yang dimana nasabah yang merespon adalah nasabah Bank Negara Indonesia JPK Bandung. Hasil penelitian ini mendapatkan respon yang sangat baik dari nasabah dengan persentase 53,75% yang telah dijumlahkan dari hasil perhitungan 4 indikator *personal selling*. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa *personal selling* yang diterapkan oleh perusahaan sangat baik. Perusahaan sebaiknya mempertahankan penerapan *personal selling* ini atau meningkatkannya agar mendapatkan respon yang lebih baik lagi kedepannya

Kata Kunci: *Personal Selling*, Bauran Promosi, Pemasaran