**ABSTRAK**

**PT. Bank BTPN Bandung adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang Perbankan. Berdasarkan penelitian di PT. Bank BTPN Bandung ditemukan beberapa masalah yaitu kurangnya pengambilan keputusan konsumen menggunakan Produk Kartu Jenius yang ditetapkan perusahaan.**

 **Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, pengumpulan data melalui kuisioner, observasi dan wawancara. Kuisioner disebarkan kepada calon konsumen dan konsumen yang sudah menggunakan Produk Kartu Jenius sebanyak 60 orang, sehingga teknik pengambilan sampel adalah secara fungsi waktu. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisi regresi dengan kolerasi dan koefisien determinasi.**

 **Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa *personal selling* pada PT. Bank BTPN Bandung berada pada taraf baik. Namun *personal selling* yang belum dilakukan secara optimal oleh perusahaan, sehingga target registrasi Kartu Jenius belum maksimal. Hasil pengujian statistic diperoleh bahwa terdapat pengaruh positif *personal selling* terhadap pengambilan keputusan konsumen pada PT. Bank BTPN Bandung yaitu ditujukan dengan persamaan regresi Y = 7,566 + 0.839 X, artinya apabila *personal selling* dilakukan optimal maka pengambilan keputusan konsumen akan meningkat, tetapi apabila *kegiatan personal selling* dilakukan kurang optimal maka penjualan akan menurun. Nilai koefisien kolerasi adalah sebesar 0,797 dan koefisien determinasi 63,521%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh hal lain yang tidak diteliti seperti periklanan, media social, dan persaingan antar bank yang juga mempunyai Kartu Debit yang serupa.**

 **Hambatan-hambatan yang dihadapi PT. Bank BTPN Bandung wiraniaga kurang memahami dan menguasai produk Kartu Jenius, sehingga konsumen tidak yakin terhadap informasi yang diberikan wiraniaga. Konsumen merasa bahwa produk Kartu Jenius tidak sesuaib dengan kebutuhan dan keinginan yang harus dipenuhinya, sehingga konsumen merasa tidak yakin untuk menggunakan produk Kartu Jenius. Adapun usaha yang harus dilakukan PT. Bank BTPN Bandung yaitu memberikan pelatihan komunikasi kepada setiap wiraniaga agar dapat memahami informasi seputar produk agar tersampaikan dengan jelas dan dapat dimengerti dan dapat meyakinkan calon konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan oleh wiraniaga dari perusahaan.**

**Kata kunci: *Personal Selling,* Pengambilan Keputusan Konsumen**