

ABSTRAK

Skripsi ini membahas bagaimana pengaruh personal selling terhadap keputusan menggunakan kartu kredit di PT BII MAYBANK cabang Thamrin Jakarta. Data yang diperoleh melalui survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 nasabah pemegang kartu kredit BII Maybank, yang berada di Plaza BII tower 3 Thamrin Jakarta Pusat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah convenience sampling, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah regresi linear sederhana.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan dari personal selling terhadap keputusan menggunakan kartu kredit di PT BII Maybank

Kata kunci : Personal Selling dan keputusan Konsumen