

## ABSTRAK

Perkembangan dunia bisnis yang demikian sangat pesat, tentu saja menimbulkan persaingan ketat antar perusahaan, terutama pada perusahaan yang berada dalam industri yang sama atau sama jenis. Keadaan ini telah menimbulkan sikap dari perusahaan sebagai suatu organisasi dalam memasarkan produknya. Salah satu persaingan bisnis yang sangat kompetitif di belahan dunia adalah bisnis ritel. Salah satu perusahaan ritel modern yang dinyatakan sukses berdiri di Indonesia adalah ACE Hardware Indonesia. Kesuksesan tersebut didapat dari perilaku konsumen yang tidak hanya tentang apa yang dibeli atau dikonsumsi oleh konsumen saja, tetapi dimana, bagaimana kebiasaan dan macam produk dan jasa yang dibeli yang merupakan proses keputusan pembelian. Proses keputusan pembelian dipengaruhi oleh *personal selling* untuk melakukan penjualan produk dengan mempengaruhi sikap konsumen agar terjadi kegiatan penjualan dan pembelian. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui peran *personal selling* dan proses keputusan pembelian dan juga pengaruh *personal selling* terhadap proses keputusan pembelian konsumen ACE Hardware.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *personal selling* terhadap proses keputusan pembelian pada konsumen ACE Hardware di pusat perbelanjaan *modern* Bandung. Dengan menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *nonprobability sampling* jenis *sampling purposive*, dengan jumlah responden sebanyak 100. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi sederhana.

Berdasarkan hasil pengujian, didapat bahwa *personal selling* berpengaruh secara signifikan terhadap proses keputusan pembelian produk perkakas rumah tangga konsumen ACE Hardware di pusat perbelanjaan modern Bandung. Artinya apabila *personal selling* ditingkatkan maka proses keputusan pembelian pun akan ikut meningkat. Sedangkan persentase pengaruh *personal selling* terhadap proses keputusan pembelian sebesar 40,2% sedangkan sisanya sebesar 59,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

**Kata Kunci: Bisnis Ritel, *Personal Selling*, Proses Keputusan Pembelian**