ABSTRAK

Rifki Marta Fauji, NIM 3402210382. "Pengaruh *Personal Selling* dan *Direct Selling* terhadap Minat Beli Konsumen (Suatu Studi pada Konsumen Toko Wildshell – *Protect Our Adventure* di Kota Bandung)". Dibawah bimbingan Ibu Dr. Nurdiana Mulyatini, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Ibu Risna Kartika, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini berfokus pada Pengaruh *Personal Selling* dan *Direct Selling* terhadap Minat Beli Konsumen (Suatu Studi pada Konsumen Toko Wildshell - *Protect Our Adventure* di Kota Bandung).
Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1] Bagaimana pengaruh *personal selling* terhadap minat beli konsumen di Wildshell Kota Bandung? 2] Bagaimana pengaruh *direct selling* terhadap minat beli konsumen di Wildshell Kota Bandung? 3] Bagaimana pengaruh *personal selling* dan *direct selling* terhadap minta beli konsumen di Wildshell Kota Bandung? Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganaisis 1] Pengaruh *personal selling* terhaap minat beli konsumen: 2] Pengaruh *direct selling* terhadap minat beli konsumen; 3] Pengaruh *personal selling* dan *direct selling* terhadap minta beli konsumen.
Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Sedangkan untuk menganalis data yang diperoleh dignakan Analisis deskriptif, analisis asosiatif, koefisien korelasi, koefisien determinasi, koefisien regresi berganda, uji t dan uji F.
Hasil penelitian dan pengolahan data menunjukan bahwa 1] *personal selling* berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Wildshell Kota Bandung dengan besar pengaruh sebesar 77,27% sedangkan sebesar 22,73% dipengaruhi oleh factor lain; 2] *direc selling* berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Wildshell Kota Bandung dengan besar pengaruh 80,41% sedangkan sebesar 19,59% dipengaruhi factor lain; 3] *personal selling* dan *direct selling* berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Wildshell Kota Bandung dengan besar pengaruh sebesar 83,74% sedangkan sebesar 16,26% dipengaruhi faktor lain.
Diharapkan toko Wildshell Kota Bandung meningkatkan *personal selling* dan *direct selling* sehingga akan lebih meningkatkan minat beli konsumen.

Kata kunci; *Persoanl Selling, Direct Selling,* dan Minat Beli Konsumen