

ABSTRAK

Sebagaimana kita ketahui bahwa industri jasa telekomunikasi sangat berperan penting dalam ekonomi di Indonesia. Berdasarkan PDB tahun 2015, informasi dan komunikasi menjadi industri yang berkontribusi cukup besar pada PDB yaitu sebesar 10,6%. Dengan perkembangan teknologi yang pesat dan sadar akan pentingnya mendapatkan informasi membuat banyak orang tertarik untuk menggunakan internet sebagai alternatif untuk dapat mengakses informasi melakukan aktivitas komunikasi dengan menggunakan internet. Indonesia adalah pengguna internet terbesar no 4 di dunia hal ini membuat perusahaan industri jasa telekomunikasi berlomba-lomba untuk menjadi penyedia jasa yang terbaik. Salah satunya PT. Telkom Indonesia. Dalam memperkenalkan produknya, kegiatan promosi yang efektif sangatlah dibutuhkan. Salah satunya yaitu melakukan kegiatan *personal selling*. Menurut Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra dikutip dalam bukunya Pemasaran Strategik (2012:350) *Personal selling* adalah interaksi tatap muka dengan satu atau lebih calon pelanggan dengan tujuan untuk melakukan presentasi, menjawab pertanyaan-pertanyaan dan mendapatkan pesanan. Penelitian ini bertujuan untuk meninjau kegiatan *personal selling* pada produk wifi id di PT Telekomunikasi Indonesia Kandatel Sumbar. Penelitian ini dikategorikan sebagai jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna wifi id di daerah Sumatra Barat dengan sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan berdasarkan hasil dari perhitungan rumus *Bernoulli*. Metode analisis data yang digunakan adalah pengujian data validitas, reliabilitas, normalitas dan uji deskriptif. Berdasarkan variabel *personal selling* didapatkan hasil 73,21% sedangkan sisanya 26,79% (100%-73,21%) dipengaruhi faktor-faktor lain diluar *persona selling*.

Kata Kunci: *Telekomunikasi, Personal Selling, Wifi.Id, CFA*