

ABSTRAK

Pada saat perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi sudah mengalami kemajuan yang sangat pesat seiring zaman. Perkembangan internet pada saat ini terbilang canggih dari zaman ke zaman sebelumnya. Pertumbuhan jumlah pengguna internet di Indonesia juga meningkat pesat. Jumlah pengguna Internet di Indonesia pada tahun 2018 terus mengalami peningkatan hingga mencapai angka 123 juta jiwa. PT Telekomunikasi Indonesia adalah perusahaan informasi dan komunikasi serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap di Indonesia. Untuk dapat bersaing dengan para kompetitor dalam memenuhi kebutuhan konsumen, maka PT. Telkom harus menggunakan strategi pemasaran dan promosi yang tepat untuk memasarkan produk yang ditawarkan kepada konsumen. Salah satu strategi promosi yang dapat digunakan yaitu dengan cara *Personal Selling*. Kegiatan personal selling yang dilakukan oleh sales person tentunya harus dilakukan seefektif mungkin agar dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan produk layanan Telkom. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *Personal Selling* menghasilkan persentase sebesar 80,6%. Nilai tersebut termasuk kedalam kategori tinggi. Sedangkan faktor Keputusan Pembelian menghasilkan persentase sebesar 84,7%. Nilai tersebut termasuk kedalam kategori sangat tinggi. Skala pengukurannya ialah skala likert. Uji asumsi klasik dan regresi linear sederhana. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan Software SPSS 23 for windows. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh $t_{hitung} = 8.069 > t_{tabel} 1.984$ bahwa Personal Selling mempunyai hubungan secara signifikan dan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Indihome PT. Telkom Turangga Bandung. Pengaruh personal selling terhadap keputusan pembelian PT. Telkom Turangga Bandung adalah sebesar 39,9% sedangkan sisanya sebesar 60,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

Kata Kunci: *Personal Selling*, Keputusan Pembelian