

ABSTRAK

Pada zaman modern ini, Di zaman sekarang ini pemalsuan produk sudah banyak terjadi, Hasil survei Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP) menemukan fakta besarnya kerugian ekonomi nasional akibat praktik pemalsuan produk. Pada tahun 2005. Authentic Guards Technology adalah perusahaan startup yang bergerak di bidang teknologi dan bertujuan untuk meminimalisir tindakan pemalsuan, namun perusahaan technology berbasis QR Code sangat sulit dalam mempromosikan produknya dan belum bisa mencapai target penjualan tiap tahunnya. Penelitian ini menggunakan variabel bebas (X1) *personal selling* dengan dimensi *communication ability*, *product knowledge*, *creativity* dan *Empathy* serta variabel (X2) yaitu *social media marketing* dengan dimensi *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection*. Sedangkan variabel terikat (Y) yaitu keputusan pembelian dengan dimensi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *personal selling* dan *social media marketing* terhadap keputusan pembelian produk Authentic Guards. Metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden dengan melakukan pendekatan *Bernoulli*. Berdasarkan analisis deskriptif *personal selling* memiliki rata-rata persentase sebesar 94,2 % dimana termasuk dalam kategori sangat tinggi, *social media marketing* memiliki rata-rata persentase sebesar 77,9 % dimana termasuk dalam kategori tinggi, dan keputusan pembelian memiliki rata-rata persentase sebesar 85,1% dimana termasuk dalam kategori sangat tinggi. Pengaruh *personal selling* dan *social media marketing* terhadap keputusan pembelian sebesar 10,3% dengan sisa 89,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian kali ini.

Kata Kunci: *Personal Selling*, *Social Media Marketing*, Keputusan Pembelian