

ABSTRAK

Perusahaan penyedia layanan internet atau ISP (*Internet Service Provider*) terus meningkat karena sistem telekomunikasi global yang berkembang pesat saat ini telah membawa masyarakat menuju ke dunia teknologi komunikasi dan informasi (*information society*) yang semakin maju. Dan efektivitas promosi sangat dibutuhkan dalam persaingan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Personal Selling* terhadap keputusan pembelian PT.Telkom Cijawura Bandung. 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. Skala pengukurannya ialah skala likert. Uji asumsi klasik dan regresi linear sederhana. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *Software SPSS 20 for windows*. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh $t_{hitung} = 8.859 > t_{tabel} 1.984$ bahwa *Personal Selling* mempunyai hubungan secara signifikan dan berpengaruh terhadap keputusan pembelian PT.Telkom Cijawura Bandung. Pengaruh *personal selling* terhadap keputusan pembelian PT.Telkom Cijawura Bandung adalah sebesar 44,5% sedangkan sisanya sebesar 55.5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya. Dengan persamaan regresi $Y = 0,324 + 0.536 X$

Kata Kunci: *personal selling*, keputusan pembelian, hubungan *personal selling* dengan keputusan pembelian