

ABSTRAK

Di era globalisasi ini, pelatihan dan sertifikasi sering kita dengar dalam dunia kerja di perusahaan atau lembaga. Hal ini dapat dikatakan bahwa pelatihan dan sertifikasi sangat penting bagi karyawan untuk menguasai keahlian yang dimiliki. Terdapat perusahaan yang menyediakan pelatihan dan sertifikasi, salah satunya Telkom Professional Certification Center (TelkomPCC). Telkom Professional Certification Center (TelkomPCC) merupakan perusahaan yang menyediakan jasa sertifikasi, pelatihan dan konsultasi di bidang Information, Communication, Technology, Business, dan Management. Bentuk promosi yang dilakukan oleh Telkom Professional Certification Center (TelkomPCC) adalah *personal selling* dan *direct marketing*.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif asosiatif dengan desain penelitian survey terhadap 100 responden sebagai sampel. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling*.

Hasil penelitian yang dilakukan dapat dikatakan bahwa tanggapan responden mengenai variabel *personal selling* termasuk dalam kategori “sangat tinggi” dengan persentase 85,56%, sedangkan variabel *direct marketing* termasuk dalam kategori “sangat tinggi” dengan persentase 87,46% dan variabel keputusan pembelian termasuk dalam kategori “sangat tinggi” dengan persentase 88,52%. Berdasarkan uji T, variabel *personal selling* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel *direct marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan berdasarkan hasil uji F dan koefisien determinasi kedua variabel berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 47,4% sedangkan sisanya 52,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

Kata kunci : *Personal Selling, Direct Marketing, Keputusan Pembelian*