

ABSTRAK

Telkomsel Orbit merupakan produk yang menyediakan jaringan internet yang dapat digunakan kapan dan dimana saja, sehingga menarik minat konsumen. Perusahaan terus memasarkan dan mengembangkan produk ini agar terus dapat bersaing dengan produk lainnya yang sejenis, diantaranya dengan melakukan beberapa cara pemasaran yang akan dikaji pada penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh variabel independen yaitu Personal Selling, Social Media Marketing dan Promosi Penjualan terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian.

Kajian ini menggunakan data kuantitatif yang dikumpulkan berdasarkan pengisian kuisisioner yang telah dilakukan oleh 330 responden yang merupakan pengguna produk Telkomsel Orbit di Wilayah Sumatera Bagian Tengah. Pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Teknik SEM melalui aplikasi SmartPLS.

Hasil statistik menunjukkan bahwa variabel independen yaitu Personal Selling, Social Media Marketing dan Promosi Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian dengan nilai *R-Square* sebesar 0,267 atau 26,7%.

Kajian ini menunjukkan variabel personal selling, social media marketing dan promosi penjualan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Variabel personal selling menjadi yang paling berpengaruh pada penelitian ini. Penulis menyarankan Tim marketing Telkomsel Orbit terus meningkatkan dan mengevaluasi penerapan personal selling, social media marketing dan promosi penjualan untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk Telkomsel Orbit.

Kata Kunci : *Penjualan Personal, Pemasaran Sosial Media, Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian*