

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *personal selling* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Telkom Indonesia Divre Tangerang. Data diperoleh melalui survei dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen PT. Telkom Indonesia Divre Tangerang. Populasi adalah keseluruhan kostumer pengguna *Speedy* di PT. Telkom Indonesia Divre Tangerang dengan sample sebanyak 96 responden dengan teknik non probability sampling yaitu non peluang

Skala yang digunakan adalah skala likert (*ordinal*). Responden memilih salah satu jawaban yang disediakan dalam kuisisioner yang masing – masing pertanyaan diberi bobot 1-5 dan jawaban tersebut dimasukan dalam tabel skala butir.

Hasil pengujian menunjukkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan baik secara simultan dan parsial dari *personal selling* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Telkom Indonesia Divre Tangerang yang ditunjukkan pada besaran F hitung < F tabel dan besaran t hitung < t tabel . Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan pada perusahaan lain, dengan ruang lingkup penelitian yang diperluas.

Kata kunci: *personal selling*, kualitas pelayanan, keputusan pembelian.