

## ABSTRAK

Teknologi sudah menjadi peran penting bagi kehidupan manusia dalam mencari informasi maupun untuk berkomunikasi. Untuk mendukung teknologi yang semakin canggih ini tentunya dibutuhkan jaringan internet agar teknologi tersebut dapat berfungsi sebagaimana mestinya. PT Telekomunikasi Indonesia adalah perusahaan informasi dan komunikasi serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap di Indonesia. Produk PT. Telkom yang sedang banyak diminati saat ini adalah Indihome yang merupakan layanan *Triple Play* (3P). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh *Personal Selling* dan Fitur Iklan Terhadap keputusan Pembelian Produk Indihome.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif dengan skala likert melalui media kuisioner dari populasi konsumen Indihome STO Turangga dengan 100 responden.

Hasil penelitian yang diperoleh berdasarkan nilai koefisien determinasi, nilai R square adalah R square sebesar 0,511. Hasil ini menjelaskan sebesar 51,1 Keputusan Pembelian indihome PT Telkom Turangga di pengaruhi oleh *Personal Selling* dan Fitur Iklan. Sedangkan 48,9 dipengaruhi oleh faktor-faktor lain faktor-faktor lain yang tidak masuk dalam batasan penelitian penulis.

Kata Kunci : *Personal Selling*, Fitur Iklan, Keputusan Pembelian