ABSTRAK

SUSRIYANI PERMADI ”Analisis Saluran Komunikasi Personal Dan Non Personal Terhadap Keputusan Pembelian Internet Speedy (Study Kasus Pada Mahasiswa Di Fakultas Ekonomi UNIKOM Bandung)” , dibawah bimbingan Trustorini Handayani.,SE.,M.Si.

Saat ini tidak semua konsumen mengerti atau tertarik bahkan percaya pada apa yang dikomunikasikan melalui media televisi, sehingga masih banyak konsumen yang mencari informasi tentang produk atau jasa yang diinginkan pada lingkungan yang telah dikenalnya yang dianggap lebih terpercaya dibanding yang ia terima dari media elektronik maupun media masa. Salah satu yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen tersebut diantaranya komunikasi personal dan komunikasi non personal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh komunikasi personal dan non personal terhadap keputusan pembelian internet speedy.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Unit analisis penelitian ini adalah pembeli atau pengguna internet speedy yang berjumlah 100 sampel. Pengujian statistic yang digunakan adalah regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji hipotesis dengan menggunakan uji F dan uji T, dengan alat bantu *sofeware* SPSS 15.0 *for windows.*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan saluran komunikasi personal di Fakultas Ekonomi UNIKOM Bandung secara keseluruhan termasuk criteria baik, begitu pula untuk variable saluran komunikasi non personal difakultas ekonomi UNIKOM Bandung berkategori baik. Variable keputusan pembelian internet speedy di fakultas ekonomipun berkategori baik. Saluran komunikasi personal dan non personal berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di fakultas ekonomi UNIKOM Bandung. Kemudian dampak secara simultan lebih besar dari secara parsial. Hal ini berarti saluran komunikasi personal dan non personal menciptakan keputusan pembelian internet speedy.

Kata Kunci : **Personal, Non personal dan keputusan pembelian**