

**PENGARUH PENJUALAN PERSONAL, PERIKLANAN, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN
MENGGUNAKAN JASA PT. RIFAN
FINANCINDO BERJANGKA
MEDAN**

**Hery Tan To Chiang¹ Jonathan Samuel P Napitupulu²
Program Studi Management
Faculty of Economy, Universitas Prima Indonesia**

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh penjualan personal, periklanan, dan kepercayaan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan PT. Rifan Financindo Berjangka cabang Medan. Perusahaan ini merupakan perusahaan pialang dengan beberapa cabang di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Semarang, Solo, Yogyakarta, Surabaya, Pekanbaru, Palembang, Balikpapan, dan Medan. Dengan total 1.042 konsumen sebagai populasi, penelitian ini menggunakan metode sampel Slovin untuk mengurangi jumlah sampel menjadi 91, dengan tingkat kepercayaan 90% dan margin of error 10%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penjualan personal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di PT. Rifan Financindo Berjangka. Demikian pula, periklanan dan kepercayaan juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Secara keseluruhan, penjualan personal, periklanan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa PT. Rifan Financindo Berjangka.

Kata Kunci: Penjualan Personal, Periklanan, Kepercayaan, Keputusan Menggunakan Jasa