

ABSTRAK

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui seberapa besar tanggapan responden terhadap proses pengambilan keputusan pembelian pada objek penelitian Indosat Ooredoo. Di Indonesia sendiri memiliki banyak penyedia operator seluler yang bersaing dengan cara mereka sendiri. Banyak dari pelanggan operator seluler melihat dari kebutuhan mereka sendiri dan kemudahan dalam mendapatkan layanan operator tersebut sebelum memilih ke penyedia operator seluler mana dalam penentuan keputusan pembelian mereka.

Teori yang digunakan adalah teori tahapan proses pengambilan keputusan pembelian oleh Kotler dan Keller (2012). Tahapan proses pengambilan keputusan pembelian adalah, (1) pengenalan kebutuhan, (2) pencarian informasi, (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan pembelian, dan (5) perilaku pasca pembelian. Metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 27.000 mahasiswa yang ada di Universitas Telkom, dengan sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan antara lain analisis deskriptif dengan menggunakan data kuantitatif, diolah dengan menggunakan *Microsoft Excel 2013* dan *SPSS 22 For Windows*. Hasil yang didapat adalah proses pengambilan keputusan pembelian pelanggan Indosat Ooredoo itu sendiri diketahui bahwa pelanggan melihat dari bagaimana mereka melalui tahapan pembelian dimulai dari tahapan pengenalan kebutuhan mereka sendiri, pencarian informasi tentang apa saja yang tersedia, evaluasi alternatif dengan alternatif yang tersedia, pengambilan keputusan dan perilaku setelah mereka melakukan pembelian.

Dapat disimpulkan bahwa tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembelian oleh pelanggan Indosat Ooredoo, mereka setuju dengan proses yang ada.

Kata Kunci : *Manajemen Pemasaran, Perilaku Konsumen, Proses Pengambilan Keputusan Pembelian*