

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi informasi turut mendorong kebutuhan masyarakat terhadap layanan internet yang andal dan berkualitas. Menanggapi hal tersebut, PT. Telekomunikasi Seluler (Telkomsel) menawarkan strategi pemasaran berupa program pemasangan tanpa biaya serta peningkatan mutu jaringan untuk menarik minat pelanggan terhadap layanan IndiHome. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh program pemasangan gratis dan kualitas jaringan terhadap keputusan pembelian pelanggan IndiHome. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik survei kepada 100 responden di wilayah Jawa Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel, yakni program pemasangan gratis dan kualitas jaringan, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini juga menunjukkan bahwa kualitas jaringan menjadi faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pelanggan. Berdasarkan hasil tersebut, disarankan agar Telkomsel terus meningkatkan kualitas layanan jaringan disertai strategi promosi yang relevan untuk memperkuat minat beli dan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Program pemasangan gratis, kualitas jaringan, keputusan pembelian, IndiHome, strategi pemasaran.