

ABSTRAK

Perubahan bisnis dan lingkungan industri telekomunikasi berlangsung dengan cepat dan signifikan. Layanan data (*internet*) dan IPTV memiliki trend pertumbuhan yang positif ke depannya. Seiring dengan perkembangan tersebut, tidak dapat dipungkiri bahwa layanan internet dan layanan TV menjadi salah satu kebutuhan utama saat ini tak terkecuali di Pontianak. Telkom sebagai salah satu operator menghadirkan layanan Indihome *Triple Play* yang mengedepankan konvergensi layanan (*voice, internet* dan IPTV) dan didukung jaringan akses fiber optik. Dalam bidang jasa telekomunikasi, keputusan konsumen dalam pembelian atau berlangganan dipengaruhi oleh faktor usaha pemasaran yang berasal dari perusahaan yang diproyeksikan sebagai *marketing stimuli* (X_1) dan faktor lingkungan sosial budaya calon pelanggan yang diproyeksikan sebagai *non marketing stimuli* (X_2).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengukur pengaruh faktor *marketing stimuli* dan *non marketing stimuli* terhadap proses penerimaan atau keputusan menggunakan layanan Indihome di Pontianak.

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini yakni metode kausal dengan menggunakan analisis jalur.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah pengaruh faktor *marketing stimuli* terhadap proses keputusan konsumen untuk berlangganan Indihome memiliki pengaruh sebesar 78,24%. Pengaruh faktor *non marketing stimuli* terhadap proses keputusan konsumen untuk berlangganan Indihome memiliki pengaruh sebesar 41,74%. Secara simultan, terdapat pengaruh simultan yang signifikan dari *marketing stimuli* (X_1) dan *non marketing stimuli* (X_2) terhadap proses keputusan konsumen untuk berlangganan Indihome (variabel Y) sebesar 77%.

Berdasarkan hasil penelitian ini, Kantor Telkom Kalimantan Barat diharapkan dapat membuat program-program pemasaran yang fokus memperhatikan faktor *marketing stimuli* sehingga target pemasaran dan target *revenue* dapat meningkat dua kali lipat.

Kata Kunci: Perilaku konsumen, *non marketing stimuli*, *Marketing stimuli*, Keputusan konsumen,

Indihome, Telekomunikasi