

ABSTRAK

Kehadiran *Triple play Services* atau layanan Telkom's *Fiber To The Home* (FTTH) IndiHome telah sukses menarik minat masyarakat untuk menggunakan IndiHome, lebih khususnya di kota Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu (X) Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk IndiHome (Y) studi kasus pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Gegerkalong Bandung Tahun 2017.

Penelitian yang dilakukan menggunakan teknik deskriptif, kuantitatif, sumber data dan alat pengumpulan data melalui kuesioner terhadap 100 orang sampel. Pengolahan data menggunakan SPSS 23 for windows untuk melakukan uji yang terdiri teknik analisis data menggunakan regresi linier sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara komunikasi pemasaran terpadu terhadap keputusan pembelian, dengan pengaruh positif sebesar (22,8%) . Sedangkan sisanya sebesar (77,2% (dari hasil 100% - 22,8%)) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran Terpadu, IndiHome, Proses Keputusan Pembelian

