

## ABSTRAK

Pada dasarnya kebutuhan dan keinginan konsumen selalu mengalami perubahan bahkan cenderung meningkat dari waktu ke waktu, maka daripada itu perusahaan perlu mengetahui produk apa yang sebenarnya dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Semakin berkembangnya kebutuhan dari para konsumen, salah satunya kebutuhan dibidang teknologi dan komunikasi khususnya untuk jaringan internet. Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah harga yang ditawarkan oleh perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar “Pengaruh Strategi Penetapan Harga, Terhadap Keputusan Pembelian Produk IndiHome (studi kasus PT.Telekomunikasi Indonesia Cabang STO Tegalega Bandung Tahun 2017)”.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan paket layanan IndiHome di Kota Bandung khususnya pada cakupan wilayah PT.Telkom Indonesia STO Tegalega. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden dan teknik yang digunakan adalah teknik penyebaran kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif yaitu analisis regresi linier sederhana.

Berdasarkan hasil analisis tersebut diperoleh persamaan regresi  $Y = 15,067 + 0,517 X$  yang berarti Harga mempengaruhi Keputusan Pembelian memiliki pengaruh sebesar 0,517 berdasarkan persamaan regresi tersebut dan Harga memiliki presentase sebesar 31,5% dalam mempengaruhi keputusan pembelian sedangkan sisanya sebesar 68,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

Kata kunci : Harga, Penetapan Harga, Keputusan Pembelian.