

ABSTRAK

Indihome adalah salah satu produk layanan dari PT Telekomunikasi Indonesia berupa paket layanan komunikasi dan data seperti telepon rumah (*voice*), internet (*Internet on Fiber* atau *High Speed Internet*), dan layanan televisi interaktif (USee TV Cable, IP TV).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Indihome kota Bandung. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Indihome kota Bandung pada tahun 2017 dan sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan analisis regresi linear sederhana.

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan bahwa tanggapan terhadap responden mengenai pengaruh harga terhadap keputusan pembelian memiliki pengaruh yang rendah. Besarnya pengaruh variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian sebesar 14,8%, sedangkan sisanya sebesar 85,2% (100%-14,8%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Harga, Keputusan Pembelian dan Indihome Bandung.