

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi terhadap keputusan pembelian pelanggan produk Indihome via online.

Melalui pengujian hipotesis pada analisis regresi linier berganda, dinyatakan bahwa variabel Kualitas Layanan dan Promosi berpengaruh secara signifikan dengan arah yang positif terhadap Keputusan pembelian pelanggan produk Indihome via online. Besarnya koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *R square* pada hasil SPSS. Kualitas Layanan dan Promosi memberikan pengaruh sebesar 73,6% terhadap Keputusan pembelian pelanggan produk Indihome via online. Sedangkan sisanya sebesar 26,4% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak diteliti.

Besarnya pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada pelanggan produk Indihome via online secara parsial adalah sebesar 18,1%, besarnya pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada pelanggan produk Indihome via online secara parsial adalah sebesar 55,4%. Hal ini mengindikasikan bahwa Promosi lebih mempengaruhi Keputusan Pembelian pada pelanggan produk Indihome via online dibanding Kualitas Layanan.

Kata kunci : Kualitas Layanan, Promosi, Keputusan Pembelian