

ABSTRAK

Untuk mengetahui Atribut Produk Indihome menurut pandangan konsumen PT. Telkom Witel Solo. Untuk mengetahui Harga Indihome menurut pandangan konsumen PT. Telkom Witel Solo. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Atribut Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian produk Indihome di Telkom Witel Solo.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif dengan jenis sampling *Nonprobability Sampling* dan Teknik *Sampling Insidental*, metode analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Penelitian ini melakukan penyebaran kuesioner dengan 100 responden, melalui media online kepada konsumen yang telah menggunakan produk Indihome dari PT. Telkom Witel Solo.

Hasil dari penelitian ini adalah Atribut Produk dan Harga mempunyai hubungan 49,5%. Atribut Produk dan Harga memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian sebesar 24,5% sedangkan 75,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti (*Brand Image, Brand Awareness, Minat beli, dll*).

Diharapkan PT. Telkom Witel Solo dapat memberikan harga khusus ketika diadakan event – event promosi yang dilakukan oleh PT. Telkom Witel Solo. Mengurangi fitur – fitur yang kurang diperlukan oleh konsumen agar dapat mengurangi biaya dalam produksi untuk harga yang lebih kompetitif, serta dapat memberikan stimulan lebih untuk menciptakan ketertarikan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian terhadap produk indihome. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya untuk menggunakan faktor – faktor lain yang dapat meningkatkan keputusan pembelian produk indihome di PT. Telkom Witel Solo.

Kata Kunci: Atribut Produk, Harga, Keputusan Pembelian, Indihome.