

## ABSTRAK

Pada era globalisasi sekarang ini, teknologi komunikasi dan informatika memegang peranan penting dan strategis dalam kehidupan sehari-hari. Sadar akan pentingnya mendapatkan informasi membuat banyak orang tertarik dan berminat untuk menggunakan internet sebagai alat alternatif untuk mendapatkan akses informasi. PT Telkom Indonesia merupakan salah satu provider telekomunikasi terbesar yang bergerak dalam bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Telkom mengeluarkan produk yang bernama IndiHome yaitu layanan digital yang telah menggunakan teknologi fiber optik, sehingga transmisi data dan akses bisa dilakukan dengan kecepatan optimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas promosi dengan *telemarketing* dan media sosial instagram terhadap keputusan pembelian pada produk IndiHome di Kota Padang tahun 2021. Penelitian ini dilakukan menggunakan variabel *telemarketing* sebagai variabel bebas (X1) dan media sosial instagram sebagai variabel bebas (X2), dengan berpengaruh kepada Keputusan Pembelian(Y). Populasi dalam penelitian ini pelanggan IndiHome yang mengetahui sosial media instagram @witelsambar dengan sampel responden 100 orang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability sampling*, dengan metode pengambilan sampelnya dilakukan dengan cara *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis Regresi Linear Berganda.

Hasil temuan dari peneliti adalah variabel independen yaitu *telemarketing* dan Media Sosial Instagram memiliki pengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian sebesar 72,4%, sisanya sebesar 27,6% dijelaskan dengan faktor atau variabel lain, seperti *Customer Relationship management*, *Electronic Word of Mouth*, iklan melalui media online, brosur dan spanduk.

Kata Kunci : *Telemarketing, Media Sosial Instagram, Keputusan Pembelian*