

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap layanan IndiHome di Jawa Tengah dan DI Yogyakarta. Untuk mencapai tujuan tersebut, terdapat beberapa hipotesis yaitu: (1) Adanya pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian. (2) Adanya pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian. (3) Adanya pengaruh persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian. (4) Adanya pengaruh kegiatan promosi terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling*. Berdasarkan teknik sampling tersebut, didapatkan jumlah minimum sampel yaitu 300 sampel. Sehingga pada penelitian ini terdapat sebanyak 342 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Model* (SEM).

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka kesimpulan pada penelitian ini adalah: (1) *Electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) Persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) Persepsi kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) Kegiatan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. *Electronic word of mouth* memiliki pengaruh terbesar pada keputusan pembelian konsumen terhadap layanan IndiHome di Jawa Tengah dan DI Yogyakarta.

Kata Kunci: keputusan pembelian, *electronic word of mouth*, persepsi harga, persepsi kualitas produk, kegiatan promosi