

ABSTRAKSI

Peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia dapat terjadi karena kebutuhan masyarakat Indonesia dalam mengakses informasi dengan menggunakan layanan internet. Keadaan ini menuntut khususnya para pembisnis *Internet Service Provider* (ISP) untuk melakukan berbagai macam perubahan sehingga timbul adanya persaingan antara produsen layanan internet untuk terus memproduksi produk yang berkualitas, bervariasi, dan dapat bersaing dengan kompetitor. Dengan adanya masalah tersebut, dan untuk menghadapi persaingan maka perlu dirumuskan strategi pengembangan usaha yang tepat untuk perusahaan penyedia jasa layanan internet.

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Menganalisis pengaruh secara bersama-sama bauran promosi terhadap keputusan pembelian paket internet Telkom Speedy di Sleman; (2) Menganalisis pengaruh secara parsial bauran promosi terhadap keputusan pembelian paket internet Telkom Speedy di Sleman; (3) dan menganalisis pengaruh variabel yang dominan dari bauran promosi terhadap keputusan pembelian paket internet Telkom Speedy di Sleman.

Penelitian dilakukan pada konsumen pengguna internet Telkom Speedy di Sleman. Data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup data primer dan data sekunder. Metode pengolahan dan analisis data menggunakan analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif dilakukan dengan metode deskriptif dan metode kuantitatif dilakukan dengan analisis regresi berganda.

Hasil analisis regresi berganda diketahui bahwa bauran promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian paket internet Telkom Speedy di Sleman yaitu sebesar 84%. Secara parsial menunjukkan bahwa periklanan ($t=0,471$), event ($t=0,057$), dan penjualan personal ($t=0,662$) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian paket internet Telkom Speedy. Sedangkan promosi penjualan ($t=0,000$), publisitas ($t=0,017$), pemasaran langsung ($t=0,005$), pemasaran interaktif ($t=0,000$), dan pemasaran dari mulut ke mulut ($t=0,023$) berpengaruh terhadap keputusan pembelian paket internet Telkom Speedy. Promosi penjualan merupakan variabel yang dominan terhadap keputusan pembelian paket internet Telkom Speedy di Sleman.

Kata kunci: bauran promosi, keputusan pembelian.