

ABSTRAK

Indonesia merupakan salah satu negara dengan perkembangan signifikan dalam sektor teknologi informasi dan komunikasi, termasuk bisnis jaringan internet. Seiring dengan meningkatnya penetrasi internet, kebutuhan masyarakat akan akses yang cepat, stabil, dan terjangkau semakin mendesak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi promosi melalui sosial media, *Word of Mouth*, dan kualitas layanan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa IndiHome di Jember. Seiring dengan perkembangan teknologi dan meningkatnya penetrasi internet, persaingan antar penyedia layanan internet semakin ketat. IndiHome sebagai salah satu penyedia layanan internet utama di Indonesia perlu menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk mempertahankan pangsa pasarnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 120 responden yang merupakan pengguna layanan IndiHome di Jember. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda untuk mengukur pengaruh masing-masing variabel independen terhadap keputusan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi melalui sosial media berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. *Word of Mouth* juga memiliki pengaruh positif, di mana rekomendasi dan ulasan pelanggan memainkan peran penting dalam keputusan pembelian layanan IndiHome. Sementara itu, kualitas layanan memiliki pengaruh yang bervariasi, tergantung pada faktor keandalan, kenyamanan, dan kepuasan pelanggan. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa strategi pemasaran digital yang efektif, didukung oleh komunikasi dari mulut ke mulut yang kuat serta layanan berkualitas, dapat meningkatkan keputusan konsumen dalam memilih IndiHome sebagai penyedia layanan internet mereka. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi IndiHome dalam meningkatkan strategi pemasaran dan kualitas layanan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang ketat.

Kata kunci: Strategi Promosi, *Word of Mouth*, Kualitas Layanan, Keputusan Konsumen, IndiHome

ABSTRACT

Indonesia is one of the countries with significant development in the information and communication technology sector, including the internet network business. Along with increasing internet penetration, people's need for fast, stable, and affordable access is increasingly urgent. This study aims to analyze the effect of promotional strategies through social media, Word of Mouth, and service quality on consumer decisions in using IndiHome services in Jember. Along with technological developments and increasing internet penetration, competition between internet service providers is getting tighter. IndiHome as one of the main internet service providers in Indonesia needs to implement an effective marketing strategy to maintain its market share. This research uses a quantitative approach with a survey method through distributing questionnaires to 120 respondents who are IndiHome service users in Jember. The data analysis technique used is multiple linear regression to measure the effect of each independent variable on consumer decisions. The results showed that promotional strategies through social media had a positive and significant effect on consumer decisions. Word of Mouth also has a positive influence, where customer recommendations and reviews play an important role in the decision to purchase IndiHome services. Meanwhile, service quality has a varying influence, depending on reliability, convenience, and customer satisfaction factors. The conclusion of this study confirms that an effective digital marketing strategy, supported by strong word-of-mouth communication and quality service, can improve consumers' decision to choose IndiHome as their internet service provider. The results of this study are expected to be a reference for IndiHome in improving marketing strategies and service quality to maintain customer loyalty amid fierce competition.

Keywords: *Promotion Strategy, Word of Mouth, Service Quality, Consumer Decision, IndiHome*