

ABSTRAK

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk adalah Badan usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Witel Bandung menerapkan strategi *telemarketing* untuk melakukan penawaran *Add On upspeed* wifi IndiHome kepada pelanggan prospek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa berpengaruh *telemarketing* terhadap keputusan pembelian *Add On (Upspeed)* IndiHome tahun 2022. Penelitian ini merupakan penelitian metode kuantitatif dengan analisis deskriptif. Jenis analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana dan koefisien determinasi dengan bantuan software SPSS versi 26. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling*. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner kepada konsumen IndiHome Witel Bandung dan mengutip dari berbagai sumber buku. Dengan menggunakan rumus Slovin maka ditentukan sampel sebesar 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *telemarketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 17,3% dan sisanya 82,7% dipengaruhi oleh factor lain. Hasil analisis deskriptif variabel (X) 79,7% Variabel (Y) 80%

Kata kunci : *telemarketing, IndiHome*