

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh program *bundling* Pijar Sekolah dalam paket *connectivity* terhadap minat beli konsumen sekolah di Wilayah Telekomunikasi Bandung (Witel Bandung) dengan menggunakan studi kasus pada PT Telkom Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan teknik pengambilan sampel dengan *sample random sampling* pada 100 responden yang merupakan pelanggan paket Pijar Sekolah. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program *bundling* Pijar Sekolah dalam paket *connectivity* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen sekolah di Witel Bandung. Pijar Sekolah memberikan manfaat yang beragam, mulai dari mendukung pembelajaran digital yang seru dan menyenangkan, memfasilitasi pelaksanaan ujian, hingga membantu pengelolaan administrasi dan operasional sekolah. Melalui platform Pijar Sekolah, visi dan misi untuk meratakan pendidikan di Indonesia dan memperluas akses teknologi dalam Pendidikan 4.0 dapat terwujud.

Kata kunci: Strategi pemasaran, Nilai Produk, Efektivitas Pemasaran, Program *Bundling* Pijar Sekolah, Minat Beli Konsumen Sekolah