

ABSTRAK

Modernisasi yang terjadi di Indonesia membuat tingginya permintaan koneksi internet yang baik dan stabil. Untuk dapat menyediakan koneksi internet yang sesuai dengan permintaan masyarakat, perusahaan telekomunikasi berlomba-lomba untuk menghasilkan produk unggulannya untuk menarik minat beli konsumen. Dengan tujuan untuk mengukur pengaruh dari *brand image* PT. Telekomunikasi Selular terhadap minat beli konsumen Telkomsel Orbit di Kota Pekanbaru. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan analisis deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* dengan responden sebanyak 100 orang konsumen Telkomsel Orbit yang berdomisili di Kota Pekanbaru. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa variabel *brand image* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli sebesar 62,6%. Dari t hitung diperoleh nilai $12,819 > t \text{ tabel } (1,984)$. Secara parsial diketahui bahwa brand image memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci: *Brand Image*, Minat Beli, Telkomsel Orbit