

**PENGARUH IKLAN, KEPERCAYAAN MEREK DAN CITRA MEREK  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN INDIHOME  
DI GIANYAR**

**Abstrak**

Di era globalisasi saat ini, telekomunikasi memegang peranan yang sangat penting dan strategis dalam kehidupan bermasyarakat. Melalui teknologi komunikasi, masyarakat dapat bertukar informasi dari jarak jauh dalam waktu yang relatif cepat dan efisien. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kepercayaan merek dan citra merek terhadap minat beli konsumen IndiHome di Gianyar. Populasi dalam Penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan IndiHome di Gianyar sebanyak 17.250 unit pada tahun 2020. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*, pengumpulan data menggunakan angket skala likert. Teknik analisis data menggunakan uji regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada iklan, kepercayaan merek dan citra merek terhadap minat beli konsumen IndiHome di Gianyar.

kata kunci: Minat Beli Konsumen, Iklan, Kepercayaan Merek, Citra Merek

