

ABSTRAKSI

Penelitian ini membahas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pengguna untuk berlangganan internet *broadband* di Bandung dengan objek penelitiannya adalah pengguna internet yang belum berlangganan internet *broadband* di kota Bandung. Adapun faktor-faktor yang akan dibahas dalam penelitian ini terdiri dari *relative advantage*, *utilitarian outcomes*, *primary influence*, *secondary influence*, *self-efficacy*, *perceived knowledge*, dan *cost* yang didapatkan dari pendekatan yang dilakukan kepada *model adoption of technology in the household*. Ketujuh variabel tersebut diuji keterhubungannya terhadap *behavioral intention to adopt broadband* untuk mengetahui variabel apa saja yang berpengaruh terhadap niat seseorang untuk berlangganan internet *broadband*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan, niat pengguna internet untuk berlangganan internet *broadband* dirasa masih kurang. Hal ini ditunjukkan dengan jumlah responden yang cenderung ingin berlangganan baru mencapai 58%. Pengujian yang dilakukan terhadap hipotesis juga menunjukkan bahwa terdapat enam variabel yang berpengaruh terhadap niat seseorang untuk berlangganan internet *broadband*. Semakin meningkatnya pengaruh dari *self-efficacy*, *primary influence*, *perceived knowledge*, *secondary influence*, *utilitarian outcomes*, dan semakin menurunnya pengaruh *cost* terhadap *behavioral intention to adopt broadband* akan semakin meningkatkan niat pengguna internet untuk berlangganan internet *broadband*.

Berdasarkan variabel-variabel yang berpengaruh terhadap *behavioral intention to adopt broadband*, maka disusunlah usulan program untuk meningkatkan intensi pengguna dalam berlangganan internet *broadband*. Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis yang paling berpengaruh maka dirumuskan program yang lebih mengarahkan untuk mengedukasi masyarakat agar lebih *aware* terhadap internet *broadband*, yang diikuti dengan program lainnya, seperti pelatihan berbasis keprofesian, *broadband goes to school*, dan beberapa program lainnya. Dengan adanya program-program ini diharapkan niat pengguna internet untuk berlangganan internet *broadband* akan semakin meningkat dan secara tidak langsung operator pun dapat meningkatkan jumlah pelanggan internet *broadband*nya.

Kata kunci : *intention to adopt, broadband*