

## ABSTRAK

Pada era globalisasi dimana teknologi berkembang dengan sangat canggih dan pesat, kebutuhan akan internet tidak lagi bisa dielakkan. Bahkan kebutuhan akan internet sudah menjadi salah satu kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat umum ditengah kondisi dimana semua hal bisa dilakukan secara online. Gaya hidup masyarakat pun saat ini menuntut memperoleh informasi dengan cepat dan mudah sesuai dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan kehidupan sosial di lingkungannya.

Sehubungan dengan semakin banyaknya pengguna internet di Indonesia, muncullah perusahaan-perusahaan yang bersaing dengan ketat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan internet tersebut, salah satu perusahaan provider internet yang paling terkenal adalah PT Telkom Indonesia Tbk yang mempunyai sejarah sangat panjang dan terdepan dalam bidangnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan meninjau minat beli produk indihome di PT Telkom Indonesia Kandatel Solok melalui 4 dimensi minat beli yang berbeda, yaitu dimensi minat transaksional, minat referensial, minat preferensial dan minat eksploratif.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Kegiatan analisa dalam penelitian ini menggunakan analisis data model Miles dan Huberman. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa minat beli calon pelanggan terhadap produk indihome di Kota Solok dan sekitarnya terbilang tinggi, dan pandangan calon pelanggan terhadap produk indihome juga baik secara keseluruhan.

**Kata Kunci** : Minat Beli, Indihome