

ABSTRAK

Internet adalah industri teknologi dengan pertumbuhan tercepat, sumber persaingan paling ketat, sumber inovasi paling aktif, media partisipasi universal, dan media penetrasi terdalam yang pernah dilihat dalam sejarah manusia. Internet dan teknologi digital telah secara dramatis meningkatkan kemampuan orang dalam pekerjaan sehari-hari, pencarian informasi, komunikasi dengan dunia luar, dan penemuan.

Penelitian ini bertujuan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan internet di Kota Bandung. Aspek-aspek yang diteliti meliputi harga internet, pendapatan rata-rata rumah tangga, tingkat pendidikan terakhir kepala rumah tangga, jumlah anggota keluarga, dan usia kepala rumah tangga. Penelitian ini menggunakan data dari website Indihome, Biznet, First Media, dan BPS periode 2006-2021. Analisis data pada penelitian ini menggunakan metode *Ordinary Least Square (OLS)*

Hasil penelitian menyatakan bahwa faktor jumlah anggota dan usia kepala rumah tangga mempengaruhi permintaan internet di Kota Bandung. Semakin bertambahnya usia maka keinginan berlangganan internet akan semakin tinggi oleh karenanya penyedia internet lebih memfokuskan diri kepada segmen usia yang produktif. Semakin besar jumlah anggota keluarga maka jumlah permintaan berlangganan internet semakin tinggi maka provider internet dapat memfokuskan diri dalam program pemasaran dapat menyasar keluarga yang memiliki anggota keluarga yang banyak. Banyak atau sedikitnya anggota rumah tangga akan memberi dampak pada permintaan internet.

Kata Kunci : Internet, komunikasi, teknologi, *Ordinary Least Square (OLS)*, Provider Internet