

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Teknologi pada saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, khususnya teknologi informasi. Teknologi Informasi (TI) itu sendiri ditambah dengan komunikasi akan sangat berguna untuk pengolahan data, baik itu dibutuhkan pada internal (organisasi), eksternal maupun untuk keperluan pribadi. Salah satu perkembangan TI dan komunikasi adalah penggunaan *internet*. Sejak diperkenalkan pada masyarakat dunia dalam suatu demonstrasi di *International Computer Communication Conference (ICCC)* pada bulan Oktober 1972, *internet* telah mengalami perkembangan pesat. Berdasarkan sebuah situs yang bernama *Internet Works Stats*, diketahui bahwa penggunaan *internet* di dunia pada saat ini diperkirakan 6.767.805.208 pengguna hingga 2009. Untuk benua Asia mencapai 3.808.070.503 pengguna atau mencapai 53,3% dari penggunaan internet secara keseluruhan. Sedangkan di Indonesia sendiri mencapai 240.271.522 pengguna atau mencapai 12,5 % dari benua Asia.

Fasilitas-fasilitas yang menyediakan akses internet juga telah banyak dapat kita lihat, misalnya di perkantoran, sekolah-sekolah, perpustakaan-perpustakaan, warung *internet (warnet)*, bahkan di area publik yang telah memasang *hot spot wifi (wireless fidelity)*. Penggunaan *internet* tidak hanya bisa dipakai menggunakan *Personal Computer (PC)*, *laptop* dan *notebook* saja, melainkan juga dapat diakses melalui ponsel. Hal ini merupakan penggabungan antara teknologi informasi dan komunikasi. Sehubungan dengan semakin pentingnya peran internet

ini, produsen *mobile* mengintegrasikan kedua teknologi tersebut menjadi suatu inovasi baru yaitu *internetenabled phone* atau ponsel berinternet.

Tidak dapat dipungkiri jika pada saat ini penggunaan ponsel berinternet sudah dapat dilihat tidak hanya di kalangan orang dewasa tetapi juga di kalangan remaja. Beberapa penggunaan ponsel berinternet antara lain *browsing, download, chatting, emailing*, atau sekedar meng-update status di jejaring sosial, misalnya *facebook, twitter, friendster* dan lain-lain.

Pengaksesan *internet* melalui ponsel di Indonesia masih termasuk teknologi yang masih berkembang. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh perusahaan *Yahoo* dan *TNS* terhadap penggunaan *internet* di Indonesia menunjukkan bahwa pengaksesan *internet* melalui ponsel hanya 22 persen dari total pengguna *internet* (cetak.kompas.com, 2009). Menurut data APJII menunjukkan bahwa masing-masing operator telekomunikasi memiliki rata-rata 20 persen pelanggan yang menggunakan *internet* melalui ponsel, jumlah ini setara dengan 24 juta pengguna. Selain itu data juga menunjukkan bahwa pertumbuhan pengguna *internet* melalui ponsel mencapai 100 persen setiap tahunnya (okezone.com, 2009).

Di samping masih rendahnya pengguna *internet* melalui ponsel, timbul juga suatu peluang yang berpotensi bagi perusahaan-perusahaan informasi dan komunikasi, seperti yang di katakan oleh Turochas Fuad (kepala bagian dari Mobile Yahoo bagian Asia Tenggara) bahwa Indonesia adalah pengguna ponsel terbesar di Asia Tenggara, dimana Indonesia memiliki 100 juta pelanggan atau 100 juta nomor telepon. Turochas juga mengatakan bahwa banyak produsen yang

ingin masuk ke *audience* konsumen, namun bingung caranya. Sedangkan dari sisi pengguna, mereka menginginkan kemudahan dalam *browsing*, mengecek *email*, bergabung dalam jaringan sosial atau *social network* (Tempointeraktif.com).

Universitas Bina Darma merupakan salah satu universitas yang berada di Palembang. Sehubungan dengan faktor infrastruktur telekomunikasi yang baik dan faktor geografis ini, sehingga pemasukan teknologi *mobile* pun mulai terlihat di kalangan mahasiswa Universitas Bina Darma. Penggunaan ponsel berinternet di kalangan mahasiswa sudah dapat dilihat sejak 2 tahun belakangan. Fasilitas yang ditawarkan untuk mahasiswa adalah penggunaan sistem akademik untuk mengakses informasi akademik bagi setiap mahasiswa, diantaranya adalah penggunaan *e-learning*, di mana mahasiswa dapat mengakses materi perkuliahan dan berkomunikasi dengan dosen mereka masing-masing. Di samping penggunaan secara akademik, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, mereka juga bisa *browsing*, *download*, *chatting*, *emailing*, atau sekedar meng-*update* status di jejaring sosial, misalnya *facebook*, *twitter*, *friendster* dan lain-lain.

Berdasarkan uraian di atas penulis melakukan penelitian tentang analisis fakto-faktor yang mempengaruhi penggunaan ponsel berinternet pada kalangan mahasiswa Universitas Bina Darma (UBD) Palembang dengan menggunakan topik berjudul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Ponsel Berinternet”**.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan, yaitu:

- 1) Apakah ada pengaruh kepentingan pengguna internet (informasi, kesenangan, komunikasi dan transaksi) terhadap terhadap *attitude* (perilaku) dalam penggunaan ponsel berinternet pada kalangan mahasiswa UBD ?
- 2) Faktor-faktor manakah yang berpengaruh terhadap *attitide* (perilaku) dalam penggunaan ponsel berinternet pada kalangan mahasiswa UBD ?

## 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan perumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini ditetapkan sebagai berikut :

- a. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi mahasiswa UBD dalam menggunakan ponsel ber-*internet*.
- b. Mengetahui apakah kepentingan penggunaan berinternet memiliki pengaruh terhadap *attitude* mahasiswa dalam menggunakan ponsel ber-*internet*.

### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diberikan pada peneltian ini adalah :

- a. Meningkatkan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi di dunia pendidikan sehingga mewujudkan insan Indonesia yang cerdas dan kompetitif.
- b. Dengan pemanfaatan ponsel berinternet diharapkan dapat meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam proses pembelajaran yang berkualitas sehingga

dapat menjadi inovasi baru dalam pembelajaran untuk meningkatkan nilai hasil belajar.

- c. Membantu faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi dari penemuan lain yang diasosiasikan dari adopsi ponsel ber-*internet*.

#### **1.4 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini berlokasi di Palembang propinsi Sumatera Selatan. Populasi penelitian ini lembaga pendidikan yaitu lingkungan kerja Universitas Bina Darma, khususnya Program Studi Manajemen Informatika. Penelitian ini menggunakan metode survei yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variable-variabel yang di hipotesiskan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Internet**

*Internet* merupakan singkatan dari *inter-networking*. Menurut Pendi, dkk. (2005), sesuai dengan kepanjangannya, internet adalah sekumpulan jaringan komputer milik perusahaan, institusi, lembaga pemerintah, ataupun penyedia jasa jaringan (*Internet Services Provider*) yang saling terhubung dimana masing-masing jaringan komputer yang terhubung dikelola secara independen.

Secara umum ada banyak manfaat yang dapat diperoleh apabila seseorang mempunyai akses ke *internet*. Berikut ini sebagian dari apa yang tersedia di *internet*: (1) Informasi untuk kehidupan pribadi: kesehatan, rekreasi, hobby, pengembangan pribadi, rohani, sosial. (2) Informasi untuk kehidupan profesional/pekerja : sains, teknologi, perdagangan, saham, komoditas, berita bisnis, asosiasi profesi, asosiasi bisnis, berbagai forum komunikasi (Mulyadi, 2008).

Adapun fasilitas yang dapat digunakan dengan akses internet adalah (Mulyadi, 2008):

- a. *Browsing/surfing*: sebuah layanan pada internet yang berfungsi untuk menampilkan suatu *situs/website* guna mencari suatu informasi.
- b. *Email (Electronic Mail)*: sebuah layanan untuk pengiriman surat elektronik. Untuk mengirim email kita harus mempunyai *email (mailbox)*. Untuk membuat *mailbox* melalui *website* tertentu yang menyediakan layanan tersebut.

- c. *Mailing List*: sering disebut dengan milis, yaitu layanan *internet* sebagai pengembangan dari email yang difungsikan untuk berdiskusi.
- d. *Inter Relay Chat (Chatting)*: adalah fasilitas yang digunakan untuk melakukan perbincangan atau bercakap-cakap melalui *internet* menggunakan teks atau sering disebut dengan *chatting*.
- e. *Newsgroup*: adalah aplikasi *internet* yang berfungsi untuk berkomunikasi antara satu dengan yg lain guna membahas suatu topik dalam sebuah forum.
- f. *File Transfer Protocol (FTP)* : adalah fasilitas untuk mengirim suatu *file* yang disertakan melalui *email*.
- g. *Teleconference*: adalah fasilitas *internet* yang juga digunakan untuk berbincang-bincang dengan cara yang kompleks yaitu mulai dari suara hingga gambar, sehingga seolah-olah kita dapat langsung berhadapan dengan lawan bicara.
- h. *Internet Telephony*: yaitu fasilitas untuk berkomunikasi dgn suara melalui *internet* menggunakan pesawat telepon.
- i. *Internet Fax* : Internet juga dapat digunakan untuk mengirim faksimili yang secara umum dilakukan melalui mesin faksimili.

## **2.2 Teoritis Model Penelitian**

Secara umum, penelitian tentang tingkat adopsi dari teknologi ICT (*Information and Communication Technology*) dapat diteliti berdasarkan teori pendekatan adopsi atau *adoption Approach*. Teori pendekatan adopsi ini merupakan teori yang menjelaskan tentang sikap pengguna dalam melakukan

pengambilan berbagai keputusan sosial dan keputusan individu (Manueli, Latu & Koh, 2007). Menurut Pedersen (2005) terdapat beberapa model seperti *theory of reasoned action (TRA)*, *technology acceptance model (TAM)* dan *theory of planned behavior (TPB)* yang merupakan model *adoption approach* yang telah digunakan secara meluas.

*Theory of reasoned action* dikemukakan pertama kali oleh Fishbein & Azjen pada tahun 1975 (Mao & Palvia, 2001). *Theory of Reasoned Action* menjelas rencana dari tindakan atau *behavior* seseorang yang dipengaruhi oleh niat atau *intention* untuk melakukan tindakan tersebut, dan niat atau *intention* ini dipengaruhi oleh *attitude* dan *subjective norm* dari orang tersebut (Teo & Pok, 2003). *Attitude* adalah perasaan negatif atau positif seseorang terhadap tindakan tertentu (Davis, 1989). Sedangkan *subjective norm* diartikan sebagai persepsi seseorang bahwa sebagian besar dari orang yang penting baginya, berpikir bahwa sebaiknya melakukan atau tidak melakukan tindakan tertentu (Dillon & Moris, 1996).

### **2.3 Kepentingan Penggunaan Internet**

Horrigan (2002) menggolongkan aktivitas-aktivitas internet yang dilakukan para pengguna internet menjadi empat kelompok kepentingan penggunaan internet, yaitu:

- a. Email
- b. Aktivitas kesenangan (*Fun activities*) yaitu aktivitas yang sifatnya untuk kesenangan atau hiburan, seperti: *online* untuk bersenang-senang, klip



video/audio, pesan singkat, mendengarkan atau *download* musik, bermain *game*, atau *chatting*.

- c. Kepentingan informasi (*Information utility*) yaitu aktivitas internet untuk mencari informasi, seperti: informasi produk, informasi travel, cuaca, informasi tentang film, musik, buku, berita, informasi sekolah, informasi kesehatan, pemerintah, informasi keuangan, informasi pekerjaan, atau informasi tentang politik.
- d. Transaksi (*Transaction*), yaitu aktivitas transaksi (jual beli) melalui internet, seperti: membeli sesuatu, memesan tiket perjalanan, atau *online banking*.

Tidak berbeda jauh dengan yang dikemukakan Horrigan di atas, Wayne Buente dan Alice Robbin (2008) lebih lanjut juga melakukan studi atau investigasi tentang trend aktivitas-aktivitas informasi internet warga Amerika antara Maret 2000 hingga Nopember 2004 dan telah berhasil mengklasifikasikan aktivitas-aktivitas internet menjadi empat dimensi kepentingan penggunaan internet. Dimensi-dimensi ini adalah informasi (*information utility*), kesenangan (*leisure/fun activities*), komunikasi (*communication*), dan transaksi (*transaction*).

**Tabel 2.1 Klasifikasi Dimensi Kepentingan Pengguna *Internet* menurut Wayne Buente dan Alice Robbin**

<b>Dimensi Kepentingan Penggunaan Internet</b>	<b>Contoh Aktivitas Internet</b>
Informasi ( <i>Information Utility</i> )	Memperoleh informasi atau berita <i>online</i> .
Kesenangan ( <i>Leisure/fun activities</i> )	<i>Online</i> untuk alasan yang tidak istimewa, hanya untuk kesenangan atau untuk menghabiskan waktu.
Komunikasi ( <i>Communication</i> )	Mengirim atau menerima pesan, misalnya <i>email</i> .
Transaksi ( <i>Transactions</i> )	Membeli produk secara <i>online</i> , misalnya buku, musik, mainan atau pakaian.

## 2.4 Penelitian Terdahulu

### 2.4.1 Perilaku Penggunaan Internet pada Kalangan Remaja di Perkotaan

Penelitian yang dilakukan oleh Astutik Nur Qomariyah berdasarkan aspek intensitas penggunaan internet, sebagian besar remaja perkotaan lebih sering mengakses internet di warnet meskipun di sekolah mereka terdapat fasilitas internet yang dapat dimanfaatkan secara *free* (baik di laboratorium komputer atau perpustakaan sekolah).

Dari jumlah waktu penggunaan internet per bulan menunjukkan bahwa pada umumnya kalangan remaja di perkotaan yang sering mengakses internet di rumah termasuk dalam kategori *heavy users* (pengguna internet yang menghabiskan waktu lebih dari 40 jam per bulan). Sedangkan remaja di perkotaan yang sering mengakses internet di warnet dan memanfaatkan wifi area publik sebagai tempat akses internet mereka dikategorikan sebagai *medium users* (pengguna internet yang menghabiskan waktu antara 10 sampai 40 jam per bulan). Sementara itu, bagi remaja di perkotaan yang sering mengakses internet dengan memanfaatkan layanan internet yang tersedia di sekolah menunjukkan bahwa pada umumnya mereka tergolong sebagai *light users* (pengguna internet yang menghabiskan waktu kurang dari 10 jam per bulan).

Kalangan remaja di perkotaan menggunakan internet untuk empat dimensi kepentingan, yaitu informasi (*information utility*), aktivitas kesenangan (*leisure/funactivities*), komunikasi (*communication*), dan transaksi (*transactions*). Meskipun dari keempat kepentingan penggunaan internet tersebut aktivitas-aktivitas internet yang dilakukan kalangan remaja di perkotaan lebih banyak

ditujukan untuk aktivitas kesenangan (*leisure/ funactivities*) dari pada untuk kepentingan lainnya, namun aktivitas internet yang paling banyak dilakukan mereka adalah mencari sumber atau bahan terkait dengan tugas atau pelajaran sekolah.

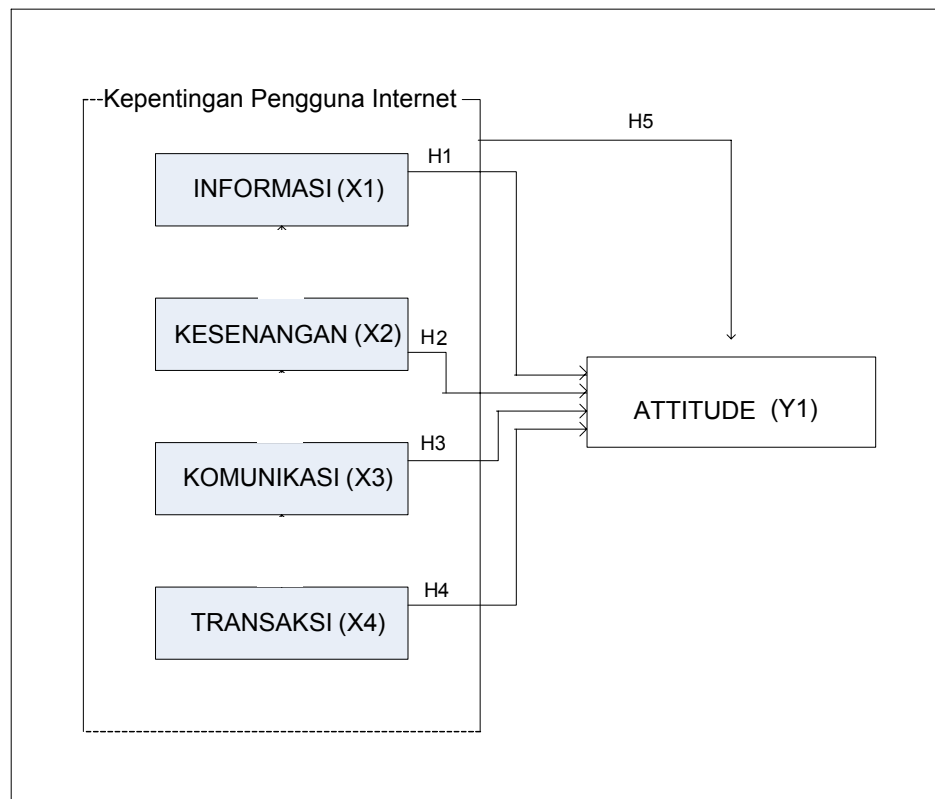
## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Universitas Bina Darma yang berlokasi di Jalan Jenderal A Yani No.12 Palembang. Waktu dilakukan penelitian ini selama 6 bulan yang dimulai semenjak diterimanya proposal penelitian ini.

### 3.2 Hipotesis

Berdasarkan uraian yang ada di bab 2, maka hipotesis penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Hipotesis Kerangka Pemikiran

Penjelasan dari gambar 3.1 dapat dijelaskan sebagai berikut :

- H<sub>1</sub>. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Informasi terhadap *Attitude* mahasiswa.
- H<sub>2</sub>. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kesenangan terhadap *Attitude* mahasiswa.
- H<sub>3</sub>. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Komunikasi terhadap *Attitude* mahasiswa.
- H<sub>4</sub>. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Transaksi terhadap *Attitude* mahasiswa.
- H<sub>5</sub>. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Informasi, Kesenangan, Komunikasi dan Transaksi terhadap *Attitude* mahasiswa.

### **3.2.1 Populasi dan Cara Penarikan Sampel**

Populasi dari mahasiswa Universitas Bina Darma adalah Fakultas Ilmu Komputer Program Studi Manajemen Informatika. Jenis data berupa data primer yang diambil dari mahasiswa berdasarkan angkatan yaitu angkatan 2010, 2009 dan 2008 ke bawah. Data yang terkumpul selanjutnya diolah dan dianalisis dengan menggunakan paket SPSS (*Statistical Products and Service Solution*) versi 12.

Pengukuran yang digunakan menghasilkan data dalam bentuk skala interval yang diterapkan pada semua item pertanyaan yang terdiri dari lima alternatif jawaban dimana :

- nilai 1 untuk tingkat yang sangat tidak setuju,
- nilai 2 untuk tingkat yang tidak setuju,

- nilai 3 untuk tingkat yang ragu-ragu,
- nilai 4 untuk tingkat yang setuju,
- nilai 5 untuk tingkat yang sangat setuju.

Penarikan sampel yang digunakan adalah kuesioner tertutup dengan jawaban yang tersedia berupa angka-angka interval dari 1 sampai 5. Kuesioner tersebut diuji coba kepada 100 responden. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan teknik *Cronbach's Alpha* melalui program SPSS. Pembagian responden dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.1 Pembagian responden berdasarkan angkatan

<b>Angkatan</b>	2009	2008	<= 2007
<b>Jumlah Mahasiswa</b>	26	70	4

### 3.2.2 Desain Penelitian

Untuk mendeskripsikan setiap variabel dan mencari korelasi serta pengaruh-pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas, desain penelitiannya harus disesuaikan. Desain penelitian yang akan digunakan adalah desain kausal yang bertujuan untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas. Variabel bebas yang pertama adalah Informasi (X1), variabel bebas kedua adalah Kesenangan (X2), variabel bebas ketiga adalah Komunikasi (X3) dan variabel bebas ketiga adalah Transaksi (X4) Sedangkan variabel terikat adalah perilaku (Y). Penelitian ini akan melihat pengaruh XI secara parsial terhadap Y, pengaruh X2 secara parsial terhadap Y, pengaruh X3 secara parsial terhadap Y dan

pengaruh X4 secara parsial terhadap Y, serta pengaruh X1, X2, X3 dan X4 secara bersama-sama terhadap Y.

Penelitian ini memiliki ciri-ciri :

- a. Mengetahui pengaruh empat variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat dan melihat pengaruh empat variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.
- b. Besarnya hubungan didasarkan kepada koefisien korelasi.

### 3.2.3 Variabel yang Diteliti dan Operasional Variabel

Data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi data mengenai informasi, kesenangan, komunikasi dan transaksi serta data mengenai *attitude* (perilaku) mahasiswa dalam kepentingan menggunakan internet. Tiap-tiap variabel penelitian didefinisikan, dioperasionalisasikan dan diukur skalanya.

Secara lengkap, operasional variabel-variabel penelitian dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2. Operasional Variabel – Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
Informasi (X <sub>1</sub> )	1. Waktu	Online internet di ponsel digunakan untuk mengakses dan download berita/informasi.	Tingkat kegunaan	Interval
	2. Isi	Berita/informasi di ponsel berinternet relevan dengan kepentinganku.	Tingkat kepentingan	Interval
	3. Bentuk	Tampilan berita/informasi di ponsel berinternet dapat dilihat dengan jelas.	Tingkat kecepatan	Interval

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
Kesenangan (X <sub>2</sub> )	-	Online internet di ponsel digunakan untuk chatting, jejaring sosial (FB, tweeter dll), dan download.	Tingkat kepentingan	Interval
Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
Komunikasi (X <sub>3</sub> )	-	Online internet di ponsel digunakan untuk berkirim dan menerima informasi melalui e-mail.	Tingkat kepentingan	Interval
Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
Transaksi (X <sub>4</sub> )	-	Online internet di ponsel digunakan untuk melakukan transaksi penjualan dan pembelian.	Tingkat kepentingan	Interval
Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
Attitude (Y)	-	Online di internet membuat berpikiran positif dan negati	Tingkat Kepuasan	Interval

### 3.2.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan data primer, dengan cara mengambil sampel menggunakan kuisioner.

Tabel 3.3. Data penelitian, Sumber, Jenis dan Instrumen pengumpulan data.

Variabel	Sumber data	Jenis data	Instrumen pengumpulan data primer
1. Informasi (X <sub>1</sub> ) 2. Kesenangan (X <sub>2</sub> ) 3. Komunikasi (X <sub>3</sub> ) 4. Transaksi (X <sub>4</sub> ) 5. Kepuasan Belajar (Y)	Data diambil dari mahasiswa yang terdiri dari angkatan 2009, 2008, dan 2007.	Data primer dengan skala interval	Kuesioner

### 3.2.5 Metode Pengolahan Data

#### 3.2.5.1 Pengujian Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Oleh karena itu kesungguhan responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian. Keabsahan atau kesahihan



suatu hasil penelitian sosial sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan. Apabila alat ukur yang dipakai tidak valid dan atau tidak dapat dipercaya, maka hasil penelitian yang dilakukan tidak akan menggambarkan keadaan yang sesungguhnya. Dalam mengatasi hal tersebut diperlukan dua macam pengujian (Umar:2003), yaitu uji validitas dan uji reliabilitas untuk menguji kesungguhan jawaban responden.

Kuisisioner tersebut akan di uji dengan uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan dengan aplikasi program komputer SPSS (*Statistical Product of Social Sciencies*) for Windows. Versi 12.

#### **a. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur yaitu kuisisioner dapat mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas berguna untuk menentukan seberapa cermat suatu alat melakukan fungsi ukurannya. Alat ukur validitas yang tinggi berarti mempunyai varian kesalahan yang kecil, sehingga memberikan keyakinan bahwa data yang terkumpul merupakan data yang dapat dipercaya.

Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi Pearson *Product Moment* dengan mengkorelasikan masing-masing pertanyaan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Angka korelasi yang diperoleh secara statistik harus dibandingkan dengan angka kritik *table* korelasi nilai  $r$  dengan taraf signifikan 95%. Bila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel berarti data tersebut signifikan (valid) dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Dan sebaliknya bila  $r$  hitung  $<$  dari  $r$  tabel berarti data tersebut tidak

signifikan (tidak valid) dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis penelitian.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Jika alat ukur telah dinyatakan valid, selanjutnya reliabilitas alat ukur tersebut diuji. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Uji keandalan dilakukan terhadap pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan-pernyataan yang sudah valid. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha*, karena nilai dari jawaban terdiri dari rentangan nilai dengan koefisien alpha harus lebih besar dari 0.6.

#### **3.2.5.2 Pengujian Hipotesis**

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji statistik dengan menggunakan metode *Regresi Linier Berganda*, karena variabel independen yang digunakan lebih dari satu variable.

Untuk mengetahui sumbangan dari variabel bebas, terhadap besar kecil variabel terikat dipergunakan koefisien determinasi : ( $R^2$ ). Adapun persamaan uji regresi bergandanya adalah :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

**Keterangan:**

a	: Konstanta
X1	: Variabel Informasi
X2	: Variabel Kesenangan
X3	: Variabel Komunikasi
X4	: Variabel Transaksi
Y	: Attitude
e	: error
b <sub>1</sub> , b <sub>2</sub> , b <sub>3</sub>	: Koefisien Regresi

Uji Hipotesis yang dipergunakan adalah uji t dengan  $\alpha = 5\%$  yang dicari dengan rumus :

$$t_1 = \frac{r_{x1} \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r_{x1}^2}}$$

Sedangkan dalam pendugaan dalam simultan digunakan uji F dengan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{\frac{R^2 K}{(1-R^2)}}{(n-k-1)}$$

**Keterangan :**

R <sup>2</sup>	: Koefisien Determinasi
K	: Jumlah Variabel Independen
n	: Jumlah Sampel
F	: F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F <i>table</i> .

**3.3 Pengujian Hasil**

Dari hasil hipotesis menggunakan regresi linier berganda ada 3 (tiga) persyaratan uji analisis yang dilakukan, yaitu :

**a. Uji Normalitas**

Tujuan dilakukannya uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah model regresi, variabel terikat dan variable bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Data yang berdistribusi normal dalam suatu model regresi dapat dilihat pada grafik normal P-P plot, dimana bila titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, maka data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal.

**b. Uji Heterokedastisitas**

Pengujian heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pengamatan ke pengamatan yang lain dengan dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- 1) Jika ada data yang membentuk pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu dan teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Hasil Penelitian**

#### **4.1.1 Ringkasan Objek Penelitian**

Universitas Bina Darma adalah salah satu universitas yang beralamat di Jalan Jenderal A. Yani No.12 Palembang. Universitas Bina Darma memiliki 7 fakultas yaitu fakultas ilmu komputer, fakultas ekonomi, fakultas teknik, fakultas psikologi, fakultas bahasa dan sastra, fakultas komunikasi, dan fakultas keguruan dan ilmu pendidikan.

Salah satu program studi yang ada di fakultas ilmu komputer adalah Program Studi Manajemen Informatika (PSDM). PSMD adalah program studi dengan jenjang Diploma III yang didirikan pada tanggal 4 Maret 1998 berdasarkan Surat Keputusan No. 083/D/0/1998, dengan status terdaftar dibawah Yayasan Bina Darma. Pada tanggal 7 Juni 2002 berdasarkan surat keputusan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor: 112/D/0/2002 STMIK Bina Darma berubah menjadi Universitas Bina Darma, dimana Program Studi Manajemen Informatika berada dibawah naungan Fakultas Ilmu Komputer. Pada tahun 2008, PSMD mendapat status terakreditasi C.

#### **4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan alat penelitian berupa kuisioner yang disebarakan kepada mahasiswa Universitas Bina Darma Program Studi Manajemen Informatika untuk mengetahui perilaku mahasiswa pada

kepentingan penggunaan internet di ponsel. Karakteristik responden dalam penelitian ini antara lain jenis kelamin dan angkatan.

### 4.1.3 Karakteristik Responden

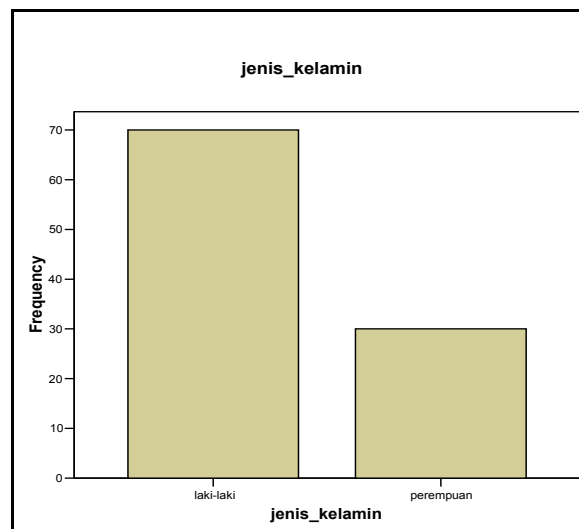
#### a. Jenis Kelamin

Pada tabel 4.1 dan grafik dibawah ini dapat dilihat bahwa dari 100 responden yang ada terdiri dari 70 laki-laki dan 30 perempuan.

Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	70	70.0	70.0	70.0
	perempuan	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang telah diolah dengan komputer (SPSS Versi 12.00)



Gambar 4.2 Grafik Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

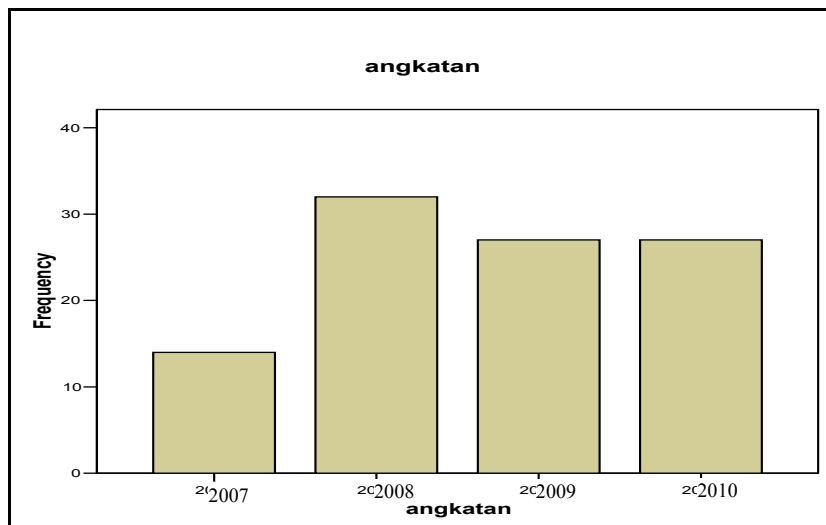
#### b. Angkatan

Pada tabel 4.2 dan grafik dibawah ini dapat dilihat bahwa dari 4 angkatan, yaitu angkatan 2007 ke bawah sebanyak 14 orang, angkatan 2008 sebanyak 32 orang, angkatan 2009 sebanyak 27 orang dan angkatan 2010 sebanyak 27 orang.

Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Angkatan

Angkatan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2007	14	14.0	14.0	14.0
	2008	32	32.0	32.0	46.0
	2009	27	27.0	27.0	73.0
	2010	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang telah dioleh dengan komputer (SPSS Versi 12.00)



Gambar 4.3 Grafik Distribusi Responden Berdasarkan Angkatan

#### 4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang terdiri dari beberapa angkatan 2010, 2009, 2008 dan 2007 ke bawah. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah semua komponen dari instrumen kepentingan pengguna internet terdiri dari Informasi (X1) yang terdiri dari 4 dimensi yaitu waktu, isi, dan bentuk, yang terdiri dari 4 item pertanyaan. Variabel bebas yang kedua adalah kesenangan (X2) yang terdiri dari 3 item pertanyaan. Variabel bebas yang ketiga (X3) adalah komunikasi yang terdiri dari 1 item pertanyaan. Variabel bebas yang keempat (X4) adalah transaksi yang terdiri dari 1 item pertanyaan. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah *attitude*/perilaku mahasiswa yang terdiri 2 item pertanyaan. Untuk menganalisis variabel-variabel tersebut diambil dari skor rata-rata jumlah skor dari komponen masing-masing variabel kemudian membuat interval untuk masing-masing nilai pada setiap variabel.

Jarak interval ( $r$ ) ditentukan dengan formula sebagai berikut :

$$r = \frac{n\text{Max} - n\text{Min}}{nR}$$

dimana :  $r$  = jarak interval ( $r$ )

$n\text{Max}$  = nilai maksimum interval

$n\text{Min}$  = nilai minimum interval

$nR$  = jumlah interval

Dengan menggunakan rumus di atas, maka dapat dihitung :

$$r = \frac{5 - 1}{5} = 0,79$$

Jadi jarak interval yang digunakan adalah 0,79.

Berikut ini adalah deskripsi masing-masing variabel penelitian:



**a. Variabel Informasi (X1)**

Variabel Waktu terdiri dari 3 dimensi yaitu waktu, isi dan bentuk. Berikut ini adalah tabel distribusi frekuensi variabel informasi (X1) berdasarkan hasil pengumpulan kuesioner yang sudah diolah.

Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Variabel Informasi (X1)

Skor	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	1 - 1.79	20	5 %
Tidak setuju	1.8 - 2.59	0	0 %
Ragu-ragu	2.6 - 3.39	90	22,5 %
Setuju	3.4 - 4.19	220	55 %
Sangat setuju	4.2 - 5.0	70	17,5 %

Sumber : Data primer yang telah diolah dengan komputer (SPSS Versi 12.00)

Tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa sebanyak 5 % merasa sangat tidak setuju, 0 % merasa tidak setuju, 22,5 % merasa ragu-ragu, 55 % merasa setuju dan 17,5 % merasa sangat setuju untuk pertanyaan pada variabel ini. Berdasarkan tabel di atas maka jawaban responden tertinggi adalah setuju.

**b. Variabel Kesenangan (X2)**

Berikut ini adalah tabel distribusi frekuensi variabel kesenangan (X2) berdasarkan data hasil pengumpulan kuesioner yang telah diolah.

Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Kesenangan (X2)

Skor	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	1 - 1.79	0	0 %

Tidak setuju	1.8 - 2.59	20	6,67 %
Ragu-ragu	2.6 - 3.39	30	10 %
Setuju	3.4 - 4.19	150	50 %
Sangat setuju	4.2 - 5.0	100	33,3 %

Sumber : Data primer yang telah diolah dengan komputer (SPSS Versi 12.00)

Tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa sebanyak 0 % merasa sangat tidak setuju, 20 % merasa tidak setuju, 10 % merasa ragu-ragu, 50 % merasa setuju dan 33,3 % merasa sangat setuju untuk pertanyaan pada variabel ini. Berdasarkan tabel di atas maka jawaban responden tertinggi adalah setuju.

### c. Variabel Komunikasi (X3)

Berikut ini adalah tabel distribusi frekuensi variabel komunikasi (X3) berdasarkan data hasil pengumpulan kuesioner yang telah diolah.

Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Komunikasi (X3)

Skor	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	1 – 1.79	1	4 %
Tidak setuju	1.8 - 2.59	2	8 %
Ragu-ragu	2.6 - 3.39	4	16 %
Setuju	3.4 - 4.19	8	32 %
Sangat setuju	4.2 - 5.0	10	40 %
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer yang telah diolah dengan komputer (SPSS Versi 12.00)

Tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa sebanyak 4 % merasa sangat tidak setuju, 8 % merasa tidak setuju, 16 % merasa ragu-ragu, merasa setuju 32 % dan merasa sangat setuju sebanyak 40 %. Untuk pertanyaan pada variabel komunikasi

ini mencerminkan responden menganggap setuju terhadap komunikasi yang ditampilkan sebagai salah satu faktor yang menentukan berinternet di ponsel.

#### d. Variabel Komunikasi (X3)

Berikut ini adalah tabel distribusi frekuensi variabel transaksi (X4) berdasarkan data hasil pengumpulan kuesioner yang telah diolah.

Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Transaksi (X4)

Skor	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	1 – 1.79	2	6,06 %
Tidak setuju	1.8 - 2.59	4	12,12 %
Ragu-ragu	2.6 - 3.39	7	21,21 %
Setuju	3.4 - 4.19	10	30,3 %
Sangat setuju	4.2 - 5.0	10	30,3 %
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer yang telah diolah dengan komputer (SPSS Versi 12.00)

Tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa sebanyak 6,06 % merasa sangat tidak setuju, 12,12 % merasa tidak setuju, 21,21 % merasa ragu-ragu, merasa setuju 30,3 % dan merasa sangat setuju sebanyak 30,3 %. Untuk pertanyaan pada variabel transaksi ini mencerminkan responden menganggap setuju dan sangat tidak setuju terhadap transaksi yang ditampilkan sebagai salah satu faktor yang menentukan berinternet di ponsel.

#### d. Variabel *Attitude/Perilaku* (Y)

Berikut ini adalah tabel distribusi frekuensi variabel independent yaitu *attitude*/perilaku (Y) berdasarkan data hasil pengumpulan kuesioner yang telah diolah.

Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel *Attitude*/Perilaku (Y)

Skor	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	1 – 1.79	20	10 %
Tidak setuju	1.8 - 2.59	50	25 %
Ragu-ragu	2.6 - 3.39	90	45 %
Setuju	3.4 - 4.19	20	10 %
Sangat setuju	4.2 - 5.0	20	10 %
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer yang telah diolah dengan komputer (SPSS Versi 12.00)

Tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa 10 % responden merasa sangat tidak setuju, 25 % merasa tidak setuju, 45 % merasa ragu-ragu, 10 % merasa setuju dan 10% merasa sangat setuju untuk pertanyaan pada variabel *attitude*. Hal ini mencerminkan responden ragu-ragu bahwa variabel *attitude* sebagai faktor untuk menentukan tindakan yang positif atau negatif.

### 4.1.3 Analisis Statistik Induktif/Infrensial

#### 4.1.3.1 Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas

##### 4.1.3.1.1 Validitas Alat Ukur

Seperti telah dijelaskan sebelumnya bahwa validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Kuisisioner yang peneliti gunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini diuji tingkat validitasnya dengan

mengacu pada nilai **r-tabel**, dimana nilai kolerasi yang akan digunakan untuk mengukur validitas (**r bt**) harus positif atau lebih besar. Dalam penelitian ini  $N = 100$ , maka **r-Tabel** dengan taraf signifikan 95% adalah **0.195**. Tabel kolerasi dan hasil analisis validitas alat ukur untuk variabel waktu dapat dilihat pada lampiran.

#### **a. Korelasi Variabel Informasi**

Dari lampiran pada tabel *correlation* dapat dilihat bahwa kolerasi antara setiap item pertanyaan terhadap skornya memiliki kolerasi yang tinggi, karena diatas nilai **r-Tabel**. Yaitu (I11)  $0.375 > 0.195$ , (I12)  $0.478 > 0.195$ , (I13)  $0.212 < 0.195$ , dan (I14)  $0.666 > 0.195$ .. Dengan demikian hanya 4 pertanyaan untuk variabel X1 dapat dinyatakan valid.

#### **b. Korelasi Variabel Kesenangan**

Dari lampiran tabel *correlation* dapat dilihat bahwa kolerasi antara setiap item pertanyaan terhadap skornya memiliki kolerasi yang tinggi, karena diatas nilai **r-Tabel**. Yaitu (K21)  $0.198 > 0.195$ , (K22)  $0.371 > 0.195$ , dan (K23)  $0.232 < 0.195$ . Pertanyaan K21 dan K23 ternyata tidak relevan. Dengan demikian hanya 1 pertanyaan untuk variabel X1 dapat dinyatakan valid.

#### **c. Korelasi Variabel Komunikasi**

Dari lampiran tabel *correlation* dapat dilihat bahwa kolerasi antara pertanyaan terhadap skornya memiliki kolerasi yang tinggi, karena di atas nilai **r-Tabel**. Yaitu (K31)  $0.639 > 0.195$  dan (K32)  $0.421 > 0.195$ . Dengan demikian semua item pertanyaan untuk variabel X3 dapat dinyatakan valid.

#### **d. Korelasi Variabel Transaksi**

Dari lampiran tabel *correlation* dapat dilihat bahwa kolerasi antara setiap item pertanyaan terhadap skornya memiliki kolerasi yang tinggi, karena diatas nilai **r-Tabel**. Yaitu (T41)  $0.539 > 0.195$  dan (T42)  $0.811 > 0.195$ . Dengan demikian semua item pertanyaan untuk variabel Y dapat dinyatakan valid.

#### **e. Korelasi Variabel Attitude/Perilaku**

Dari lampiran tabel *correlation* dapat dilihat bahwa kolerasi antara setiap item pertanyaan terhadap skornya memiliki kolerasi yang tinggi, karena diatas nilai **r-Tabel**. yaitu (P51)  $0.290 > 0.195$  dan (P52)  $0.290 > 0.195$ . Dengan demikian semua item pertanyaan untuk variabel Y dapat dinyatakan valid.

#### **4.1.3.1.2 Reliabilitas Alat Ukur**

Koefisien alpha atau *Cronbach's Alpha* digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat reliabilitas atau konsistensi internal diantara butir-butir pertanyaan dalam suatu instrument. Item pengukuran dikatakan reliabel jika memiliki nilai koefisien alpha lebih besar dari 0,6 (Malhotra: 2002). Nilai reliabilitas konsistensi internal ditunjukkan dalam tabel di bawah ini, untuk koefisien alfa masing-masing variabel dalam setiap variabel dan dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,6. Dengan demikian item pengukuran pada masing-masing variabel dinyatakan reliabel dan selanjutnya dapat digunakan dalam penelitian. Sedangkan untuk pengujian reliabilitas menggunakan uji *alpha*

*cronbach*. Uji ini sangat sesuai untuk pengujian yang menggunakan teknik *one shot technique*. Indikator variabel dinyatakan reliabel jika nilai signifikansi alpha lebih kecil dari 0,05.

Tabel 4.8 Rekapitulasi Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha > 0,6	Keterangan
Informasi	0.787	Realible
Kesenangan	0.885	Realible
Komunikasi	0.751	Realible
Transaksi	0.830	Realible
Attitude	0.765	Realible

Sumber : Data primer yang telah diolah dengan komputer (SPSS Versi 12.00)

Dari tabel 4.8 dapat dilihat bahwa nilai *cronbach's alpha* dari semua variabel > 0,6 maka dinyatakan *reliable*.

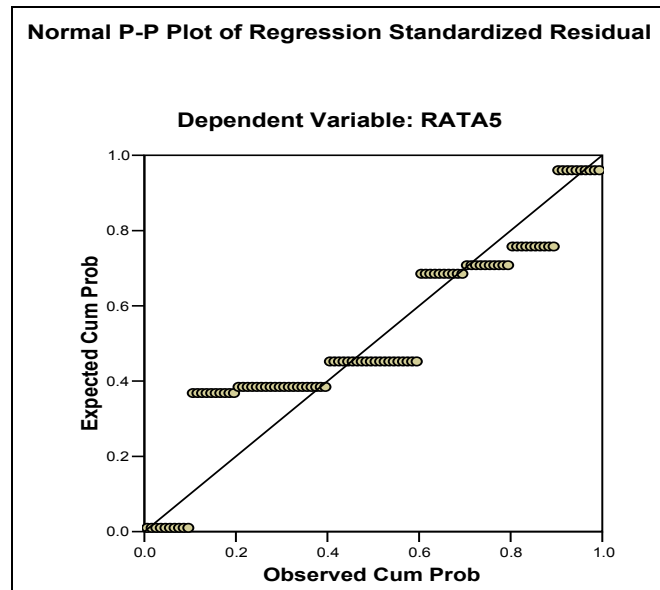
## 4.2 Uji Persyaratan Analisis Regresi Berganda

Dalam regresi linear berganda terdapat 3 (tiga) persyaratan uji analisis regresi berganda yang harus dipenuhi yaitu:

### 4.2.1 Hasil Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Data yang berdistribusi normal dalam suatu model regresi dapat dilihat pada grafik normal P-P plot, dimana bila titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, maka

data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal. Pada Gambar 4.4. memperlihatkan P-P Plot telah berdistribusi normal.



Gambar 4.4 Grafik Uji Normalitas Variabel

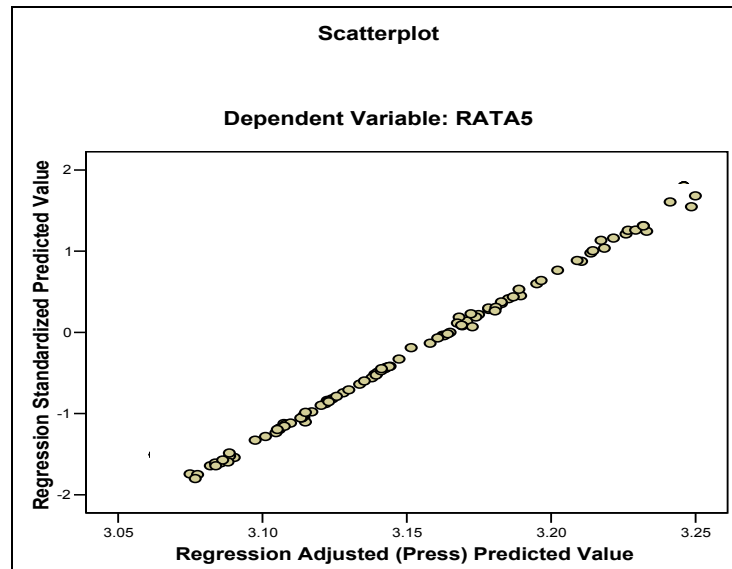
#### 4.2.2 Hasil Uji Heterokedastisitas

Pengujian heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pengamatan ke pengamatan yang lain dengan dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- Jika ada data yang membentuk pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu dan teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heterokedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.



Gambar 4.5 menunjukkan bahwa pada grafik scatterplot terlihat titik-titik yang menyebar secara acak dan data menyebar dengan baik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. hal ini menunjukkan tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.



Gambar 4.5 Uji Heterokedastisitas Variabel

#### 4.2.3 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Hasil pengolahan data dengan SPSS memperlihatkan hasil uji regresi linier berganda sebagai berikut :

Tabel 4.9 Tabel Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Beta	T hitung	Tingkat Sig	Keterangan
Konstanta	1.047		2.354	0.021	Berpengaruh terhadap model regresi
Informasi	0.222	0.298	1.990	0.049	Signifikan

Kesenangan	0.236	0.337	1.387	0.020	Signifikan
Komunikasi	0.240	0.291	1.376	0.043	Signifikan
Transaksi	0.271	0.268	2.090	0.039	Signifikan
F hitung	13.984				
Signifikasi	0.000				
R	0.551				
R <sup>2</sup>	0.304				

Sumber : Data primer yang telah diolah dengan komputer (SPSS Versi 12.00)

Berdasarkan Tabel 4.9, maka model regresi tersebut dapat dianalisis berdasarkan koefisien- koefisiennya. Model persamaan regresi linier berganda berdasarkan tabel di atas adalah :

$$Y = 1.047 + 0.222 X1 + 0.036 X2 + 0.440 X3$$

Dari fungsi regresi tersebut diatas, maka diketahui bahwa :

1. Jika variabel *Informasi* (X1) berubah satu unit skor maka attitude mahasiswa (Y) akan berubah sebesar 0.222 unit skor dengan X2, X3 dan X4 konstan. Tanda positif menunjukkan perubahan yang searah. Apabila *Informasi* meningkat, maka attitude mahasiswa juga meningkat dengan koefisien regresi sebesar 0.222. Dan sebaliknya jika *Informasi* menurun, maka attitude mahasiswa juga menurun dengan koefisien regresi sebesar 0.222 dengan catatan X2, X3 dan X4 konstan.
2. Jika variabel *Kesenangan* (X2) berubah satu unit skor maka attitude mahasiswa (Y) akan berubah sebesar 0.236 unit skor dengan X1, X3 dan X4 konstan. Tanda positif menunjukkan perubahan yang searah. Apabila *Kesenangan* meningkat, maka attitude mahasiswa juga meningkat dengan koefisien regresi sebesar 0.236. Dan sebaliknya jika *Keseangan* menurun, maka attitude mahasiswa juga menurun dengan koefisien regresi sebesar 0.236 dengan catatan X2, X3 dan X4 konstan.

3. Jika variabel *Komunikasi* ( $X_3$ ) berubah satu unit skor maka attitude mahasiswa ( $Y$ ) akan berubah sebesar 0.240 unit skor dengan  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_4$  konstan. Tanda positif menunjukkan perubahan yang searah. Apabila *Komunikasi* meningkat, maka attitude mahasiswa juga meningkat dengan koefisien regresi sebesar 0.240. Dan sebaliknya jika *Komunikasi* menurun, maka attitude mahasiswa juga menurun dengan koefisien regresi sebesar 0.240 dengan catatan  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_4$  konstan.
4. Jika variabel *Transaksi* ( $X_4$ ) berubah satu unit skor maka attitude mahasiswa ( $Y$ ) akan berubah sebesar 0.271 unit skor dengan  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  konstan. Tanda positif menunjukkan perubahan yang searah. Apabila *Kesenangan* meningkat, maka attitude mahasiswa juga meningkat dengan koefisien regresi sebesar 0.271. Dan sebaliknya jika *Informasi* menurun, maka attitude mahasiswa juga menurun dengan koefisien regresi sebesar 0.271 dengan catatan  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  konstan.
5. Nilai konstanta sebesar 1.047 yang berarti apabila *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Komunikasi* konstan atau tidak mengalami perubahan, maka attitude mahasiswa sebesar nilai konstantanya yaitu 1.047.
6. Dilihat dari nilai beta variabel *Kesenangan* (0.337) lebih besar pengaruhnya dibandingkan dengan variabel *Informasi* (0.298), variabel *Komunikasi* (0.291) dan variabel *Transaksi* (0.268).

### **4.3 Koefisien Determinasi Berganda dan Koefisien Korelasi Berganda**

#### **4.3.1 Koefisien Determinasi Berganda**

Nilai koefisien penentu (determinasi) yang ditunjukkan oleh besarnya  $R^2 = 0.304$  menyatakan bahwa pada tingkat  $\alpha = 0.05$  pengaruh variabel *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Transaksi* terhadap kepuasan belajar mahasiswa adalah cukup kuat dan signifikan karena angka tersebut positif dan jauh diatas 0.05. Hal ini juga menggambarkan bahwa 30.4 % variasi attitude mahasiswa dapat dijelaskan oleh variasi variabel *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Transaksi*, sedangkan sisanya sebesar 69.6 % dijelaskan oleh variabel lainnya.

#### **4.3.2 Koefisien Korelasi Berganda**

Koefisien korelasi berganda ( $R$ ) = 0.551 menunjukkan adanya hubungan secara bersama-sama yang cukup kuat antara variabel *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Transaksi* terhadap variabel attitude mahasiswa.

### **4.4 Pembuktian Hipotesis**

#### **4.4.1 Pembuktian hipotesis pertama (Uji F)**

Uji F–hitung ( $F_h$ ) atau ( $p < 0.05$ ) ini bertujuan untuk menguji apakah variabel-variabel *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Transaksi* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap attitude mahasiswa menggunakan internet di ponsel. Untuk menguji kebenaran hipotesis tersebut dilakukan uji F. Uji F ini dilakukan dengan membandingkan F hitung yang dihitung dengan F tabel. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka persamaan regresi dan koefisien korelasinya signifikan sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Atau dapat

pula dilihat dari *level of signifikan alpha* ( $\alpha$ ) = 0.05. Jika nilai signifikansi lebih dari 0.05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

### **Hipotesis**

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0, F_h < F_t$ , maka  $H_0$  diterima,  $H_1$  ditolak. Berarti tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Informasi, Kesenangan, Komunikasi* dan *Transaksi* secara bersama-sama terhadap variabel attitude mahasiswa.

$H_1 : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0, F_h \geq F_t$ , maka  $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima. Berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Informasi, Kesenangan, Komunikasi* dan *Transaksi* secara bersama-sama terhadap variabel attitude mahasiswa.

Dari analisis data di atas dapat dianalisis dengan menghasilkan nilai sebagai berikut: dengan mengambil taraf signifikan sebesar 5% maka dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya dapat disimpulkan bahwa ada hubungan secara linear antara *Informasi, Kesenangan, Komunikasi* dan *Transaksi* terhadap attitude mahasiswa dalam menggunakan internet di ponsel.

Dari hasil analisis diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

$p < 0,05$  dan  $H_1 : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$ , maka  $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima. Hal ini berarti variasi dari model regresi berhasil menerangkan pengaruh variasi variabel *Informasi, Kesenangan, Komunikasi* dan *Transaksi* secara keseluruhan terhadap attitude mahasiswa.

#### **4.4.2 Pembuktian Hipotesis Kedua (Uji t)**

- 1) Pengujian pengaruh secara parsial dari variabel *Informasi* terhadap attitude mahasiswa menggunakan internet di ponsel.

**Hipotesis**

$H_0 : b_n = 0$  ;  $t - \text{hitung} < t - \text{tabel}$  atau ( $p > 0,05$ ), maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Hal ini berarti bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Informasi* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

$H_1 : b_n \neq 0$  ;  $t - \text{hitung} \geq t - \text{table}$  atau ( $p < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Informasi* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

Dari analisis data di atas dapat dianalisis dengan menghasilkan nilai sebagai berikut :

Nilai  $t$  hitung harga sebesar 1.990 dengan tingkat signifikan sebesar 0.049 ( $p < 0.05$ ), maka menolak  $H_0$  atau dengan kata lain hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara variabel *Informasi* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

Dari hasil analisis diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

$H_1 : b_n \neq 0$  ;  $t - (p < 0,05)$ , dengan nilai probalitas jauh lebih kecil dari taraf signifikansi, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Informasi* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

- 2) Pengujian pengaruh secara parsial dari variabel *Kesenangan* terhadap attitude mahasiswa menggunakan internet di ponsel.

### **Hipotesis**

$H_0 : b_n = 0$  ;  $t - \text{hitung} < t - \text{tabel}$  atau ( $p > 0,05$ ), maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Hal ini berarti bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Kesenangan* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

$H_1 : b_n \neq 0$  ;  $t - \text{hitung} \geq t - \text{table}$  atau ( $p < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Kesenangan* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

Dari analisis data di atas dapat dianalisis dengan menghasilkan nilai sebagai berikut :

Nilai  $t$  hitung harga sebesar 1.387 dengan tingkat signifikan sebesar 0.020 ( $p < 0.05$ ), maka menolak  $H_0$  atau dengan kata lain hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara variabel *Kesenangan* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

Dari hasil analisis diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

$H_1 : b_n \neq 0$  ;  $t - (p < 0,05)$ , dengan nilai probabilitas jauh lebih kecil dari taraf signifikansi, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Kesenangan* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

- 3) Pengujian pengaruh secara parsial dari variabel *Komunikasi* terhadap attitude mahasiswa menggunakan internet di ponsel.

### Hipotesis

$H_0 : b_n = 0$  ;  $t - \text{hitung} < t - \text{tabel}$  atau ( $p > 0,05$ ), maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Hal ini berarti bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Komunikasi* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

$H_1 : b_n \neq 0$  ;  $t - \text{hitung} \geq t - \text{table}$  atau ( $p < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Komunikasi* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

Dari analisis data di atas dapat dianalisis dengan menghasilkan nilai sebagai berikut :

Nilai  $t$  hitung harga sebesar 1.376 dengan tingkat signifikan sebesar 0.043 ( $p < 0.05$ ), maka menolak  $H_0$  atau dengan kata lain hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara variabel *Komunikasi* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

Dari hasil analisis diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

$H_1 : b_n \neq 0$  ;  $t - (p < 0,05)$ , dengan nilai probalitas jauh lebih kecil dari taraf signifikansi, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Komunikasi* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

- 4) Pengujian pengaruh secara parsial dari variabel *Transaksi* terhadap attitude mahasiswa menggunakan internet di ponsel.



### **Hipotesis**

$H_0 : b_n = 0$  ;  $t - \text{hitung} < t - \text{tabel}$  atau ( $p > 0,05$ ), maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Hal ini berarti bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Transaksi* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

$H_1 : b_n \neq 0$  ;  $t - \text{hitung} \geq t - \text{table}$  atau ( $p < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Transaksi* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

Dari analisis data di atas dapat dianalisis dengan menghasilkan nilai sebagai berikut :

Nilai  $t$  hitung harga sebesar 2.090 dengan tingkat signifikan sebesar 0.039 ( $p < 0.05$ ), maka menolak  $H_0$  atau dengan kata lain hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara variabel *Transaksi* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

Dari hasil analisis diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

$H_1 : b_n \neq 0$  ;  $t - (p < 0,05)$ , dengan nilai probabilitas jauh lebih kecil dari taraf signifikansi, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Transaksi* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

## **4.5 Pembahasan**

Pembahasan yang akan dilakukan berikut ini berdasarkan hasil analisis *internet di ponsel* secara nyata berdasarkan model attitude mahasiswa dengan hasil analisis statistik korelasi parsial, hubungan korelasional dan korelasi regresi berganda linier, dan upaya pendalaman tiap variabel dengan menggunakan hasil analisis yang telah diolah dengan bantuan paket program *Statistical Product for Social Science (SPSS) For MS Windows Release 12*.

#### **4.5.1 Kepentingan Mahasiswa Berinternet di ponsel Berdasarkan Hasil Penelitian**

##### **a. Pengaruh Informasi Terhadap Attitude Mahasiswa**

Nilai t hitung *Informasi* (X1) sebesar 1.990 dengan tingkat signifikan sebesar 0.049 ( $p < 0,05$ ), maka menolak  $H_0$  atau dengan kata lain hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara variabel *Informasi* terhadap attitude mahasiswa. Hal ini sesuai dengan hipotesis penelitian ini dimana *Informasi* berpengaruh secara signifikan terhadap *attitude* mahasiswa dalam menggunakan internet di ponsel.. *Informasi* adalah variabel berupa waktu, isi dan bentuk dari penggunaan internet di ponsel yang dapat digunakan oleh mahasiswa. Sehingga *Informasi* merupakan faktor yang harus diperhatikan dalam menentukan attitude mahasiswa dalam memakai internet di ponsel. Berdasarkan hasil penelitian di kuisioner lebih dari 50 % mahasiswa merasa setuju dengan variabel ini. Artinya bahwa informasi yang dihasilkan internet di ponsel merupakan salah satu variabel yang diminati oleh mahasiswa.

##### **b. Pengaruh Kesenangan Terhadap Attitude Mahasiswa**

Nilai t hitung *Kesenangan* (X2) sebesar 1.387 dengan tingkat signifikan sebesar 0.020 ( $p < 0,05$ ), maka menolak  $H_0$  atau dengan kata lain hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara variabel *Kesenangan* terhadap attitude mahasiswa. Hal ini sesuai dengan hipotesis penelitian ini dimana *kesenangan* berpengaruh secara signifikan terhadap *attitude* mahasiswa dalam menggunakan internet di ponsel. Variabel *kesenangan* merupakan faktor yang harus diperhatikan dalam menentukan attitude mahasiswa dalam memakai internet di ponsel. Berdasarkan hasil penelitian di kuisioner lebih dari 50 % mahasiswa merasa setuju dan sangat setuju dengan variabel ini. Artinya bahwa variabel kesenangan merupakan salah satu variabel yang diminati oleh mahasiswa.

**c. Pengaruh Komunikasi Terhadap Attitude Mahasiswa**

Nilai t hitung *Komunikasi* (X3) sebesar 1.376 dengan tingkat signifikan sebesar 0.043 ( $p < 0,05$ ), maka menolak  $H_0$  atau dengan kata lain hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara variabel *Komunikasi* terhadap attitude mahasiswa. Hal ini sesuai dengan hipotesis penelitian ini dimana *komunikasi* berpengaruh secara signifikan terhadap *attitude* mahasiswa dalam menggunakan internet di ponsel. Variabel *komunikasi* merupakan faktor yang harus diperhatikan dalam menentukan attitude mahasiswa dalam memakai internet di ponsel. Berdasarkan hasil penelitian di kuisioner lebih dari 50 % mahasiswa merasa setuju dan sangat setuju dengan variabel ini. Artinya bahwa variabel komunikasi merupakan salah satu variabel yang diminati oleh mahasiswa.

**d. Pengaruh Transaksi Terhadap Attitude Mahasiswa**

Nilai  $t$  hitung *Transaksi* (X4) sebesar 2.090 dengan tingkat signifikan sebesar 0.039 ( $p < 0,05$ ), maka menolak  $H_0$  atau dengan kata lain hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara variabel *Transaksi* terhadap attitude mahasiswa. Hal ini sesuai dengan hipotesis penelitian ini dimana *transaksi* berpengaruh secara signifikan terhadap *attitude* mahasiswa dalam menggunakan internet di ponsel. Variabel *transaksi* merupakan faktor yang harus diperhatikan dalam menentukan attitude mahasiswa dalam memakai internet di ponsel. Berdasarkan hasil penelitian di kuisisioner lebih dari 50 % mahasiswa merasa setuju dan sangat setuju dengan variabel ini. Artinya bahwa variabel transaksi merupakan salah satu variabel yang diminati oleh mahasiswa.

**e. Pengaruh Informasi, Kesenangan, Komunikasi dan Transaksi Terhadap Attitude Mahasiswa**

Dengan mengambil taraf signifikan sebesar 5% maka dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya dapat disimpulkan bahwa ada hubungan secara linear antara *Informasi* (X1), *Kesenangan* (X2), *Komunikasi* (X3) dan *Transaksi* (X4) terhadap variabel attitude Mahasiswa (Y).

Berdasarkan hasil keseluruhan analisis statistik korelasional tersebut di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara *Informasi* (X1), *Kesenangan* (X2), *Komunikasi* (X3) dan *Transaksi* (X4) terhadap variabel attitude Mahasiswa (Y).

#### **4.5.2 Kepentingan Pengguna Internet di ponsel Berdasarkan Attitude Mahasiswa**

Attitude mahasiswa salah satu merupakan suatu faktor yang menentukan mahasiswa dalam berinternet di ponsel. Untuk menentukan attitude mahasiswa dapat diukur dari kepentingan mahasiswa berinternet di ponsel yang terdiri dari 4 variabel yaitu informasi, kesenangan, komunikasi dan transaksi.

##### **a. Kepentingan Mahasiswa untuk Variabel Informasi**

Informasi yang dihasilkan di internet dengan menggunakan ponsel merupakan salah satu faktor yang digunakan mahasiswa berinternet di ponselnya. Mahasiswa tidak hanya mengakses informasi di internet lewat ponsel, tetapi juga dapat mendownload informasi tersebut. Selain itu juga informasi yang didapatkan dapat berguna dan dapat dengan jelas mereka lihat di internet lewat ponsel. Variabel informasi merupakan variabel ketiga yang diminati mahasiswa untuk berinternet di ponsel.

##### **b. Kepentingan Mahasiswa untuk Variabel Kesenangan**

Kesenangan merupakan salah satu faktor yang menentukan di dalam berinternet lewat ponsel. Contoh kesenangan ini sendiri adalah untuk ngobrol lewat fasilitas yang ada di internet, misalnya chatting. Di dalam internet lewat

ponsel itu sendiri ada beberapa tools untuk menunjang fasilitas tersebut, diantaranya Yahoo Messenger, Meebo dan lain-lain. Hal lain yang merupakan contoh kesenangan adalah mahasiswa bisa menggunakan fasilitas jejaring sosial seperti Facebook, Tweeter, dan lain-lain. Begitu juga dengan fasilitas seperti download lagu, artikel-artikel dan sejenisnya. Variabel kesenangan merupakan variabel pertama yang diminati mahasiswa untuk berinternet di ponsel.

**c. Kepentingan Mahasiswa untuk Variabel Komunikasi**

Variabel komunikasi merupakan salah satu faktor yang menentukan di dalam berinternet lewat ponsel. Mahasiswa dapat melakukan pengiriman dan penerimaan informasi melalui ponsel mereka. Artinya bahwa komunikasi juga merupakan salah satu faktor yang menentukan mahasiswa di dalam menggunakan internet di ponsel. Variabel komunikasi merupakan variabel keempat yang diminati mahasiswa untuk berinternet di ponsel.

**d. Kepentingan Mahasiswa untuk Variabel Transaksi**

Variabel transaksi merupakan salah satu faktor yang menentukan di dalam berinternet lewat ponsel. Mahasiswa dapat melakukan pengiriman dan penerimaan informasi melalui ponsel mereka. Artinya bahwa komunikasi juga merupakan salah satu faktor yang menentukan mahasiswa di dalam menggunakan internet di ponsel. Variabel transaksi merupakan variabel kedua yang diminati mahasiswa untuk berinternet di ponsel.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.2 Hasil Penelitian**

#### **4.2.1 Ringkasan Objek Penelitian**

Universitas Bina Darma adalah salah satu universitas yang beralamat di Jalan Jenderal A. Yani No.12 Palembang. Universitas Bina Darma memiliki 7 fakultas yaitu fakultas ilmu komputer, fakultas ekonomi, fakultas teknik, fakultas psikologi, fakultas bahasa dan sastra, fakultas komunikasi, dan fakultas keguruan dan ilmu pendidikan.

Salah satu program studi yang ada di fakultas ilmu komputer adalah Program Studi Manajemen Informatika (PSDM). PSMD adalah program studi dengan jenjang Diploma III yang didirikan pada tanggal 4 Maret 1998 berdasarkan Surat Keputusan No. 083/D/0/1998, dengan status terdaftar dibawah Yayasan Bina Darma. Pada tanggal 7 Juni 2002 berdasarkan surat keputusan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor: 112/D/0/2002 STMIK Bina Darma berubah menjadi Universitas Bina Darma, dimana Program Studi Manajemen Informatika berada dibawah naungan Fakultas Ilmu Komputer. Pada tahun 2008, PSMD mendapat status terakreditasi C.

#### **4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan alat penelitian berupa kuisioner yang disebarakan kepada mahasiswa Universitas Bina Darma Program Studi Manajemen Informatika untuk mengetahui perilaku mahasiswa pada

kepentingan penggunaan internet di ponsel. Karakteristik responden dalam penelitian ini antara lain jenis kelamin dan angkatan.

### 4.2.3 Karakteristik Responden

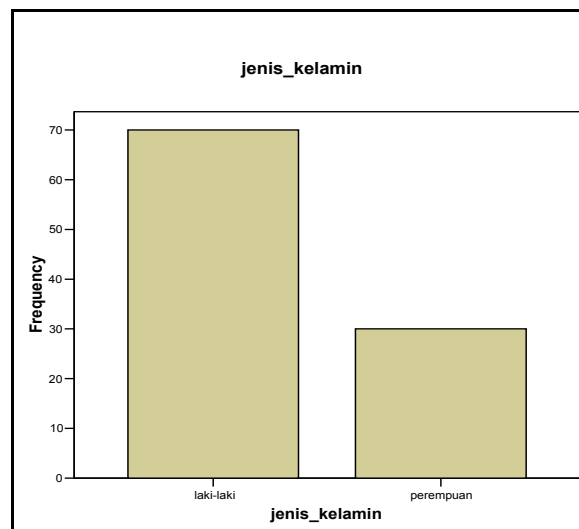
#### a. Jenis Kelamin

Pada tabel 4.1 dan grafik dibawah ini dapat dilihat bahwa dari 100 responden yang ada terdiri dari 70 laki-laki dan 30 perempuan.

Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	70	70.0	70.0	70.0
	perempuan	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang telah dioleh dengan komputer (SPSS Versi 12.00)



Gambar 4.2 Grafik Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

#### b. Angkatan

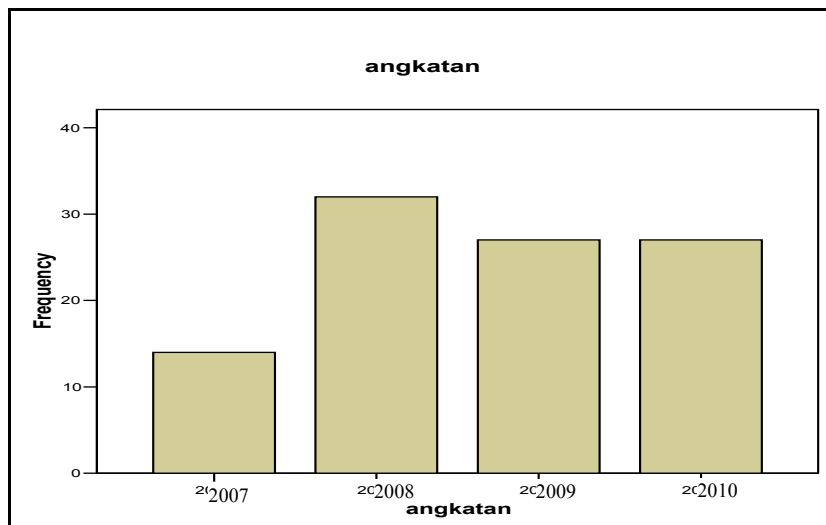


Pada tabel 4.2 dan grafik dibawah ini dapat dilihat bahwa dari 4 angkatan, yaitu angkatan 2007 ke bawah sebanyak 14 orang, angkatan 2008 sebanyak 32 orang, angkatan 2009 sebanyak 27 orang dan angkatan 2010 sebanyak 27 orang.

Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Angkatan

Angkatan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2007	14	14.0	14.0	14.0
	2008	32	32.0	32.0	46.0
	2009	27	27.0	27.0	73.0
	2010	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data primer yang telah dioleh dengan komputer (SPSS Versi 12.00)



Gambar 4.3 Grafik Distribusi Responden Berdasarkan Angkatan

#### 4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang terdiri dari beberapa angkatan 2010, 2009, 2008 dan 2007 ke bawah. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah semua komponen dari instrumen kepentingan pengguna internet terdiri dari Informasi (X1) yang terdiri dari 4 dimensi yaitu waktu, isi, dan bentuk, yang terdiri dari 4 item pertanyaan. Variabel bebas yang kedua adalah kesenangan (X2) yang terdiri dari 3 item pertanyaan. Variabel bebas yang ketiga (X3) adalah komunikasi yang terdiri dari 1 item pertanyaan. Variabel bebas yang keempat (X4) adalah transaksi yang terdiri dari 1 item pertanyaan. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah *attitude*/perilaku mahasiswa yang terdiri 2 item pertanyaan. Untuk menganalisis variabel-variabel tersebut diambil dari skor rata-rata jumlah skor dari komponen masing-masing variabel kemudian membuat interval untuk masing-masing nilai pada setiap variabel.

Jarak interval ( $r$ ) ditentukan dengan formula sebagai berikut :

$$r = \frac{n\text{Max} - n\text{Min}}{nR}$$

dimana :  $r$  = jarak interval ( $r$ )

$n\text{Max}$  = nilai maksimum interval

$n\text{Min}$  = nilai minimum interval

$nR$  = jumlah interval

Dengan menggunakan rumus di atas, maka dapat dihitung :

$$r = \frac{5 - 1}{5} = 0,79$$

Jadi jarak interval yang digunakan adalah 0,79.

Berikut ini adalah deskripsi masing-masing variabel penelitian:

**e. Variabel Informasi (X1)**

Variabel Waktu terdiri dari 3 dimensi yaitu waktu, isi dan bentuk. Berikut ini adalah tabel distribusi frekuensi variabel informasi (X1) berdasarkan hasil pengumpulan kuesioner yang sudah diolah.

Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Variabel Informasi (X1)

Skor	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	1 - 1.79	20	5 %
Tidak setuju	1.8 - 2.59	0	0 %
Ragu-ragu	2.6 - 3.39	90	22,5 %
Setuju	3.4 - 4.19	220	55 %
Sangat setuju	4.2 - 5.0	70	17,5 %

Sumber : Data primer yang telah diolah dengan komputer (SPSS Versi 12.00)

Tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa sebanyak 5 % merasa sangat tidak setuju, 0 % merasa tidak setuju, 22,5 % merasa ragu-ragu, 55 % merasa setuju dan 17,5 % merasa sangat setuju untuk pertanyaan pada variabel ini. Berdasarkan tabel di atas maka jawaban responden tertinggi adalah setuju.

**f. Variabel Kesenangan (X2)**

Berikut ini adalah tabel distribusi frekuensi variabel kesenangan (X2) berdasarkan data hasil pengumpulan kuesioner yang telah diolah.

Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Kesenangan (X2)

Skor	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	1 - 1.79	0	0 %

Tidak setuju	1.8 - 2.59	20	6,67 %
Ragu-ragu	2.6 - 3.39	30	10 %
Setuju	3.4 - 4.19	150	50 %
Sangat setuju	4.2 - 5.0	100	33,3 %

Sumber : Data primer yang telah diolah dengan komputer (SPSS Versi 12.00)

Tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa sebanyak 0 % merasa sangat tidak setuju, 20 % merasa tidak setuju, 10 % merasa ragu-ragu, 50 % merasa setuju dan 33,3 % merasa sangat setuju untuk pertanyaan pada variabel ini. Berdasarkan tabel di atas maka jawaban responden tertinggi adalah setuju.

#### g. Variabel Komunikasi (X3)

Berikut ini adalah tabel distribusi frekuensi variabel komunikasi (X3) berdasarkan data hasil pengumpulan kuesioner yang telah diolah.

Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Komunikasi (X3)

Skor	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	1 – 1.79	1	4 %
Tidak setuju	1.8 - 2.59	2	8 %
Ragu-ragu	2.6 - 3.39	4	16 %
Setuju	3.4 - 4.19	8	32 %
Sangat setuju	4.2 - 5.0	10	40 %
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer yang telah diolah dengan komputer (SPSS Versi 12.00)

Tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa sebanyak 4 % merasa sangat tidak setuju, 8 % merasa tidak setuju, 16 % merasa ragu-ragu, merasa setuju 32 % dan merasa sangat setuju sebanyak 40 %. Untuk pertanyaan pada variabel komunikasi

ini mencerminkan responden menganggap setuju terhadap komunikasi yang ditampilkan sebagai salah satu faktor yang menentukan berinternet di ponsel.

#### **h. Variabel Komunikasi (X3)**

Berikut ini adalah tabel distribusi frekuensi variabel transaksi (X4) berdasarkan data hasil pengumpulan kuesioner yang telah diolah.

Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Transaksi (X4)

Skor	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	1 – 1.79	2	6,06 %
Tidak setuju	1.8 - 2.59	4	12,12 %
Ragu-ragu	2.6 - 3.39	7	21,21 %
Setuju	3.4 - 4.19	10	30,3 %
Sangat setuju	4.2 - 5.0	10	30,3 %
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer yang telah diolah dengan komputer (SPSS Versi 12.00)

Tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa sebanyak 6,06 % merasa sangat tidak setuju, 12,12 % merasa tidak setuju, 21,21 % merasa ragu-ragu, merasa setuju 30,3 % dan merasa sangat setuju sebanyak 30,3 %. Untuk pertanyaan pada variabel transaksi ini mencerminkan responden menganggap setuju dan sangat tidak setuju terhadap transaksi yang ditampilkan sebagai salah satu faktor yang menentukan berinternet di ponsel.

#### **d. Variabel *Attitude/Perilaku* (Y)**

Berikut ini adalah tabel distribusi frekuensi variabel independent yaitu *attitude*/perilaku (Y) berdasarkan data hasil pengumpulan kuesioner yang telah diolah.

Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel *Attitude*/Perilaku (Y)

Skor	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	1 – 1.79	20	10 %
Tidak setuju	1.8 - 2.59	50	25 %
Ragu-ragu	2.6 - 3.39	90	45 %
Setuju	3.4 - 4.19	20	10 %
Sangat setuju	4.2 - 5.0	20	10 %
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer yang telah diolah dengan komputer (SPSS Versi 12.00)

Tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa 10 % responden merasa sangat tidak setuju, 25 % merasa tidak setuju, 45 % merasa ragu-ragu, 10 % merasa setuju dan 10% merasa sangat setuju untuk pertanyaan pada variabel *attitude*. Hal ini mencerminkan responden ragu-ragu bahwa variabel *attitude* sebagai faktor untuk menentukan tindakan yang positif atau negatif.

### 4.1.3 Analisis Statistik Induktif/Infrensial

#### 4.1.3.1 Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas

##### 4.1.3.1.1 Validitas Alat Ukur

Seperti telah dijelaskan sebelumnya bahwa validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Kuisisioner yang peneliti gunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini diuji tingkat validitasnya dengan

mengacu pada nilai **r-tabel**, dimana nilai kolerasi yang akan digunakan untuk mengukur validitas (**r bt**) harus positif atau lebih besar. Dalam penelitian ini  $N = 100$ , maka **r-Tabel** dengan taraf signifikan 95% adalah **0.195**. Tabel kolerasi dan hasil analisis validitas alat ukur untuk variabel waktu dapat dilihat pada lampiran.

**a. Korelasi Variabel Informasi**

Dari lampiran pada tabel *correlation* dapat dilihat bahwa kolerasi antara setiap item pertanyaan terhadap skornya memiliki kolerasi yang tinggi, karena diatas nilai **r-Tabel**. Yaitu (I11)  $0.375 > 0.195$ , (I12)  $0.478 > 0.195$ , (I13)  $0.212 < 0.195$ , dan (I14)  $0.666 > 0.195$ .. Dengan demikian hanya 4 pertanyaan untuk variabel X1 dapat dinyatakan valid.

**f. Korelasi Variabel Kesenangan**

Dari lampiran tabel *correlation* dapat dilihat bahwa kolerasi antara setiap item pertanyaan terhadap skornya memiliki kolerasi yang tinggi, karena diatas nilai **r-Tabel**. Yaitu (K21)  $0.198 > 0.195$ , (K22)  $0.371 > 0.195$ , dan (K23)  $0.232 < 0.195$ . Pertanyaan K21 dan K23 ternyata tidak relevan. Dengan demikian hanya 1 pertanyaan untuk variabel X1 dapat dinyatakan valid.

**g. Korelasi Variabel Komunikasi**

Dari lampiran tabel *correlation* dapat dilihat bahwa kolerasi antara pertanyaan terhadap skornya memiliki kolerasi yang tinggi, karena di atas nilai **r-Tabel**. Yaitu (K31)  $0.639 > 0.195$  dan (K32)  $0.421 > 0.195$ . Dengan demikian semua item pertanyaan untuk variabel X3 dapat dinyatakan valid.

#### **h. Korelasi Variabel Transaksi**

Dari lampiran tabel *correlation* dapat dilihat bahwa kolerasi antara setiap item pertanyaan terhadap skornya memiliki kolerasi yang tinggi, karena diatas nilai **r-Tabel**. Yaitu (T41)  $0.539 > 0.195$  dan (T42)  $0.811 > 0.195$ . Dengan demikian semua item pertanyaan untuk variabel Y dapat dinyatakan valid.

#### **i. Korelasi Variabel Attitude/Perilaku**

Dari lampiran tabel *correlation* dapat dilihat bahwa kolerasi antara setiap item pertanyaan terhadap skornya memiliki kolerasi yang tinggi, karena diatas nilai **r-Tabel**. yaitu (P51)  $0.290 > 0.195$  dan (P52)  $0.290 > 0.195$ . Dengan demikian semua item pertanyaan untuk variabel Y dapat dinyatakan valid.

#### **4.1.3.1.3 Reliabilitas Alat Ukur**

Koefisien alpha atau *Cronbach's Alpha* digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat reliabilitas atau konsistensi internal diantara butir-butir pertanyaan dalam suatu instrument. Item pengukuran dikatakan reliabel jika memiliki nilai koefisien alpha lebih besar dari 0,6 (Malhotra: 2002). Nilai reliabilitas konsistensi internal ditunjukkan dalam tabel di bawah ini, untuk koefisien alfa masing-masing variabel dalam setiap variabel dan dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,6. Dengan demikian item pengukuran pada masing-masing variabel dinyatakan reliabel dan selanjutnya dapat digunakan dalam penelitian. Sedangkan untuk pengujian reliabilitas menggunakan uji *alpha*



*cronbach*. Uji ini sangat sesuai untuk pengujian yang menggunakan teknik *one shot technique*. Indikator variabel dinyatakan reliabel jika nilai signifikansi alpha lebih kecil dari 0,05.

Tabel 4.8 Rekapitulasi Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha > 0,6	Keterangan
Informasi	0.787	Realible
Kesenangan	0.885	Realible
Komunikasi	0.751	Realible
Transaksi	0.830	Realible
Attitude	0.765	Realible

Sumber : Data primer yang telah diolah dengan komputer (SPSS Versi 12.00)

Dari tabel 4.8 dapat dilihat bahwa nilai *cronbach's alpha* dari semua variabel > 0,6 maka dinyatakan *reliable*.

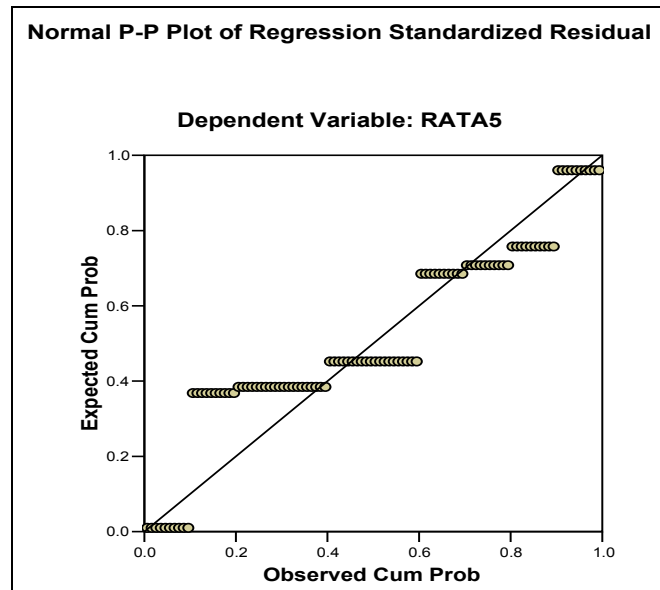
## 4.2 Uji Persyaratan Analisis Regresi Berganda

Dalam regresi linear berganda terdapat 3 (tiga) persyaratan uji analisis regresi berganda yang harus dipenuhi yaitu:

### 4.2.4 Hasil Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Data yang berdistribusi normal dalam suatu model regresi dapat dilihat pada grafik normal P-P plot, dimana bila titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, maka

data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal. Pada Gambar 4.4. memperlihatkan P-P Plot telah berdistribusi normal.



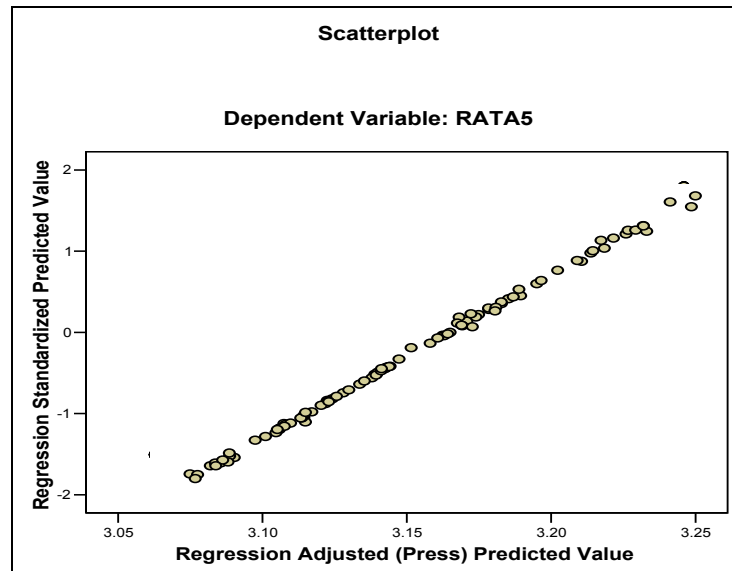
Gambar 4.4 Grafik Uji Normalitas Variabel

#### 4.2.5 Hasil Uji Heterokedastisitas

Pengujian heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pengamatan ke pengamatan yang lain dengan dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- Jika ada data yang membentuk pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu dan teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heterokedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Gambar 4.5 menunjukkan bahwa pada grafik scatterplot terlihat titik-titik yang menyebar secara acak dan data menyebar dengan baik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. hal ini menunjukkan tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.



Gambar 4.5 Uji Heterokedastisitas Variabel

#### 4.2.6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Hasil pengolahan data dengan SPSS memperlihatkan hasil uji regresi linier berganda sebagai berikut :

Tabel 4.9 Tabel Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Beta	T hitung	Tingkat Sig	Keterangan
Konstanta	1.047		2.354	0.021	Berpengaruh terhadap model regresi
Informasi	0.222	0.298	1.990	0.049	Signifikan

Kesenangan	0.236	0.337	1.387	0.020	Signifikan
Komunikasi	0.240	0.291	1.376	0.043	Signifikan
Transaksi	0.271	0.268	2.090	0.039	Signifikan
F hitung	13.984				
Signifikasi	0.000				
R	0.551				
R <sup>2</sup>	0.304				

Sumber : Data primer yang telah diolah dengan komputer (SPSS Versi 12.00)

Berdasarkan Tabel 4.9, maka model regresi tersebut dapat dianalisis berdasarkan koefisien- koefisiennya. Model persamaan regresi linier berganda berdasarkan tabel di atas adalah :

$$Y = 1.047 + 0.222 X1 + 0.036 X2 + 0.440 X3$$

Dari fungsi regresi tersebut diatas, maka diketahui bahwa :

7. Jika variabel *Informasi* (X1) berubah satu unit skor maka attitude mahasiswa (Y) akan berubah sebesar 0.222 unit skor dengan X2, X3 dan X4 konstan. Tanda positif menunjukkan perubahan yang searah. Apabila *Informasi* meningkat, maka attitude mahasiswa juga meningkat dengan koefisien regresi sebesar 0.222. Dan sebaliknya jika *Informasi* menurun, maka attitude mahasiswa juga menurun dengan koefisien regresi sebesar 0.222 dengan catatan X2, X3 dan X4 konstan.
8. Jika variabel *Kesenangan* (X2) berubah satu unit skor maka attitude mahasiswa (Y) akan berubah sebesar 0.236 unit skor dengan X1, X3 dan X4 konstan. Tanda positif menunjukkan perubahan yang searah. Apabila *Kesenangan* meningkat, maka attitude mahasiswa juga meningkat dengan koefisien regresi sebesar 0.236. Dan sebaliknya jika *Keseangan* menurun, maka attitude mahasiswa juga menurun dengan koefisien regresi sebesar 0.236 dengan catatan X2, X3 dan X4 konstan.

9. Jika variabel *Komunikasi* ( $X_3$ ) berubah satu unit skor maka attitude mahasiswa ( $Y$ ) akan berubah sebesar 0.240 unit skor dengan  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_4$  konstan. Tanda positif menunjukkan perubahan yang searah. Apabila *Komunikasi* meningkat, maka attitude mahasiswa juga meningkat dengan koefisien regresi sebesar 0.240. Dan sebaliknya jika *Komunikasi* menurun, maka attitude mahasiswa juga menurun dengan koefisien regresi sebesar 0.240 dengan catatan  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_4$  konstan.
10. Jika variabel *Transaksi* ( $X_4$ ) berubah satu unit skor maka attitude mahasiswa ( $Y$ ) akan berubah sebesar 0.271 unit skor dengan  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  konstan. Tanda positif menunjukkan perubahan yang searah. Apabila *Kesenangan* meningkat, maka attitude mahasiswa juga meningkat dengan koefisien regresi sebesar 0.271. Dan sebaliknya jika *Informasi* menurun, maka attitude mahasiswa juga menurun dengan koefisien regresi sebesar 0.271 dengan catatan  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  konstan.
11. Nilai konstanta sebesar 1.047 yang berarti apabila *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Komunikasi* konstan atau tidak mengalami perubahan, maka attitude mahasiswa sebesar nilai konstantanya yaitu 1.047.
12. Dilihat dari nilai beta variabel *Kesenangan* (0.337) lebih besar pengaruhnya dibandingkan dengan variabel *Informasi* (0.298), variabel *Komunikasi* (0.291) dan variabel *Transaksi* (0.268).

### **4.3 Koefisien Determinasi Berganda dan Koefisien Korelasi Berganda**

#### **4.3.1 Koefisien Determinasi Berganda**

Nilai koefisien penentu (determinasi) yang ditunjukkan oleh besarnya  $R^2 = 0.304$  menyatakan bahwa pada tingkat  $\alpha = 0.05$  pengaruh variabel *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Transaksi* terhadap kepuasan belajar mahasiswa adalah cukup kuat dan signifikan karena angka tersebut positif dan jauh diatas 0.05. Hal ini juga menggambarkan bahwa 30.4 % variasi attitude mahasiswa dapat dijelaskan oleh variasi variabel *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Transaksi*, sedangkan sisanya sebesar 69.6 % dijelaskan oleh variabel lainnya.

#### **4.3.2 Koefisien Korelasi Berganda**

Koefisien korelasi berganda ( $R$ ) = 0.551 menunjukkan adanya hubungan secara bersama-sama yang cukup kuat antara variabel *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Transaksi* terhadap variabel attitude mahasiswa.

### **4.4 Pembuktian Hipotesis**

#### **4.4.1 Pembuktian hipotesis pertama (Uji F)**

Uji F–hitung ( $F_h$ ) atau ( $p < 0.05$ ) ini bertujuan untuk menguji apakah variabel-variabel *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Transaksi* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap attitude mahasiswa menggunakan internet di ponsel. Untuk menguji kebenaran hipotesis tersebut dilakukan uji F. Uji F ini dilakukan dengan membandingkan F hitung yang dihitung dengan F tabel. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka persamaan regresi dan koefisien korelasinya signifikan sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Atau dapat

pula dilihat dari *level of signifikan alpha* ( $\alpha$ ) = 0.05. Jika nilai signifikansi lebih dari 0.05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

### **Hipotesis**

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0, F_h < F_t$ , maka  $H_0$  diterima,  $H_1$  ditolak. Berarti tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Informasi, Kesenangan, Komunikasi* dan *Transaksi* secara bersama-sama terhadap variabel attitude mahasiswa.

$H_1 : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0, F_h \geq F_t$ , maka  $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima. Berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Informasi, Kesenangan, Komunikasi* dan *Transaksi* secara bersama-sama terhadap variabel attitude mahasiswa.

Dari analisis data di atas dapat dianalisis dengan menghasilkan nilai sebagai berikut: dengan mengambil taraf signifikan sebesar 5% maka dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya dapat disimpulkan bahwa ada hubungan secara linear antara *Informasi, Kesenangan, Komunikasi* dan *Transaksi* terhadap attitude mahasiswa dalam menggunakan internet di ponsel.

Dari hasil analisis diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

$p < 0,05$  dan  $H_1 : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$ , maka  $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima. Hal ini berarti variasi dari model regresi berhasil menerangkan pengaruh variasi variabel *Informasi, Kesenangan, Komunikasi* dan *Transaksi* secara keseluruhan terhadap attitude mahasiswa.

#### **4.4.2 Pembuktian Hipotesis Kedua (Uji t)**

- 5) Pengujian pengaruh secara parsial dari variabel *Informasi* terhadap attitude mahasiswa menggunakan internet di ponsel.

**Hipotesis**

$H_0 : b_n = 0$  ;  $t - \text{hitung} < t - \text{tabel}$  atau ( $p > 0,05$ ), maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Hal ini berarti bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Informasi* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

$H_1 : b_n \neq 0$  ;  $t - \text{hitung} \geq t - \text{table}$  atau ( $p < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Informasi* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

Dari analisis data di atas dapat dianalisis dengan menghasilkan nilai sebagai berikut :

Nilai  $t$  hitung harga sebesar 1.990 dengan tingkat signifikan sebesar 0.049 ( $p < 0.05$ ), maka menolak  $H_0$  atau dengan kata lain hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara variabel *Informasi* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

Dari hasil analisis diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

$H_1 : b_n \neq 0$  ;  $t - (p < 0,05)$ , dengan nilai probalitas jauh lebih kecil dari taraf signifikansi, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Informasi* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

- 6) Pengujian pengaruh secara parsial dari variabel *Kesenangan* terhadap attitude mahasiswa menggunakan internet di ponsel.



### **Hipotesis**

$H_0 : b_n = 0$  ;  $t - \text{hitung} < t - \text{tabel}$  atau ( $p > 0,05$ ), maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Hal ini berarti bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Kesenangan* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

$H_1 : b_n \neq 0$  ;  $t - \text{hitung} \geq t - \text{table}$  atau ( $p < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Kesenangan* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

Dari analisis data di atas dapat dianalisis dengan menghasilkan nilai sebagai berikut :

Nilai  $t$  hitung harga sebesar 1.387 dengan tingkat signifikan sebesar 0.020 ( $p < 0.05$ ), maka menolak  $H_0$  atau dengan kata lain hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara variabel *Kesenangan* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

Dari hasil analisis diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

$H_1 : b_n \neq 0$  ;  $t - (p < 0,05)$ , dengan nilai probabilitas jauh lebih kecil dari taraf signifikansi, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Kesenangan* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

- 7) Pengujian pengaruh secara parsial dari variabel *Komunikasi* terhadap attitude mahasiswa menggunakan internet di ponsel.

### Hipotesis

$H_0 : b_n = 0$  ;  $t - \text{hitung} < t - \text{tabel}$  atau ( $p > 0,05$ ), maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Hal ini berarti bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Komunikasi* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

$H_1 : b_n \neq 0$  ;  $t - \text{hitung} \geq t - \text{table}$  atau ( $p < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Komunikasi* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

Dari analisis data di atas dapat dianalisis dengan menghasilkan nilai sebagai berikut :

Nilai  $t$  hitung harga sebesar 1.376 dengan tingkat signifikan sebesar 0.043 ( $p < 0.05$ ), maka menolak  $H_0$  atau dengan kata lain hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara variabel *Komunikasi* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

Dari hasil analisis diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

$H_1 : b_n \neq 0$  ;  $t - (p < 0,05)$ , dengan nilai probabilitas jauh lebih kecil dari taraf signifikansi, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Komunikasi* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

- 8) Pengujian pengaruh secara parsial dari variabel *Transaksi* terhadap attitude mahasiswa menggunakan internet di ponsel.

### **Hipotesis**

$H_0 : b_n = 0$  ;  $t - \text{hitung} < t - \text{tabel}$  atau ( $p > 0,05$ ), maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Hal ini berarti bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Transaksi* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

$H_1 : b_n \neq 0$  ;  $t - \text{hitung} \geq t - \text{table}$  atau ( $p < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Transaksi* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

Dari analisis data di atas dapat dianalisis dengan menghasilkan nilai sebagai berikut :

Nilai  $t$  hitung harga sebesar 2.090 dengan tingkat signifikan sebesar 0.039 ( $p < 0.05$ ), maka menolak  $H_0$  atau dengan kata lain hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara variabel *Transaksi* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

Dari hasil analisis diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

$H_1 : b_n \neq 0$  ;  $t - (p < 0,05)$ , dengan nilai probabilitas jauh lebih kecil dari taraf signifikansi, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Transaksi* secara parsial terhadap variabel attitude mahasiswa.

## **4.5 Pembahasan**

Pembahasan yang akan dilakukan berikut ini berdasarkan hasil analisis *internet di ponsel* secara nyata berdasarkan model attitude mahasiswa dengan hasil analisis statistik korelasi parsial, hubungan korelasional dan korelasi regresi berganda linier, dan upaya pendalaman tiap variabel dengan menggunakan hasil analisis yang telah diolah dengan bantuan paket program *Statistical Product for Social Science (SPSS) For MS Windows Release 12*.

#### **4.5.3 Kepentingan Mahasiswa Berinternet di ponsel Berdasarkan Hasil Penelitian**

##### **f. Pengaruh *Informasi* Terhadap Attitude Mahasiswa**

Nilai t hitung *Informasi* (X1) sebesar 1.990 dengan tingkat signifikan sebesar 0.049 ( $p < 0,05$ ), maka menolak  $H_0$  atau dengan kata lain hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara variabel *Informasi* terhadap attitude mahasiswa. Hal ini sesuai dengan hipotesis penelitian ini dimana *Informasi* berpengaruh secara signifikan terhadap *attitude* mahasiswa dalam menggunakan internet di ponsel.. *Informasi* adalah variabel berupa waktu, isi dan bentuk dari penggunaan internet di ponsel yang dapat digunakan oleh mahasiswa. Sehingga *Informasi* merupakan faktor yang harus diperhatikan dalam menentukan attitude mahasiswa dalam memakai internet di ponsel. Berdasarkan hasil penelitian di kuisioner lebih dari 50 % mahasiswa merasa setuju dengan variabel ini. Artinya bahwa informasi yang dihasilkan internet di ponsel merupakan salah satu variabel yang diminati oleh mahasiswa.

##### **g. Pengaruh Kesenangan Terhadap Attitude Mahasiswa**

Nilai t hitung *Kesenangan* (X2) sebesar 1.387 dengan tingkat signifikan sebesar 0.020 ( $p < 0,05$ ), maka menolak  $H_0$  atau dengan kata lain hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara variabel *Kesenangan* terhadap attitude mahasiswa. Hal ini sesuai dengan hipotesis penelitian ini dimana *kesenangan* berpengaruh secara signifikan terhadap *attitude* mahasiswa dalam menggunakan internet di ponsel. Variabel *kesenangan* merupakan faktor yang harus diperhatikan dalam menentukan attitude mahasiswa dalam memakai internet di ponsel. Berdasarkan hasil penelitian di kuisioner lebih dari 50 % mahasiswa merasa setuju dan sangat setuju dengan variabel ini. Artinya bahwa variabel kesenangan merupakan salah satu variabel yang diminati oleh mahasiswa.

#### **h. Pengaruh Komunikasi Terhadap Attitude Mahasiswa**

Nilai t hitung *Komunikasi* (X3) sebesar 1.376 dengan tingkat signifikan sebesar 0.043 ( $p < 0,05$ ), maka menolak  $H_0$  atau dengan kata lain hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara variabel *Komunikasi* terhadap attitude mahasiswa. Hal ini sesuai dengan hipotesis penelitian ini dimana *komunikasi* berpengaruh secara signifikan terhadap *attitude* mahasiswa dalam menggunakan internet di ponsel. Variabel *komunikasi* merupakan faktor yang harus diperhatikan dalam menentukan attitude mahasiswa dalam memakai internet di ponsel. Berdasarkan hasil penelitian di kuisioner lebih dari 50 % mahasiswa merasa setuju dan sangat setuju dengan variabel ini. Artinya bahwa variabel komunikasi merupakan salah satu variabel yang diminati oleh mahasiswa.

**i. Pengaruh Transaksi Terhadap Attitude Mahasiswa**

Nilai  $t$  hitung *Transaksi* (X4) sebesar 2.090 dengan tingkat signifikan sebesar 0.039 ( $p < 0,05$ ), maka menolak  $H_0$  atau dengan kata lain hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara variabel *Transaksi* terhadap attitude mahasiswa. Hal ini sesuai dengan hipotesis penelitian ini dimana *transaksi* berpengaruh secara signifikan terhadap *attitude* mahasiswa dalam menggunakan internet di ponsel. Variabel *transaksi* merupakan faktor yang harus diperhatikan dalam menentukan attitude mahasiswa dalam memakai internet di ponsel. Berdasarkan hasil penelitian di kuisioner lebih dari 50 % mahasiswa merasa setuju dan sangat setuju dengan variabel ini. Artinya bahwa variabel transaksi merupakan salah satu variabel yang diminati oleh mahasiswa.

**j. Pengaruh Informasi, Kesenangan, Komunikasi dan Transaksi Terhadap Attitude Mahasiswa**

Dengan mengambil taraf signifikan sebesar 5% maka dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya dapat disimpulkan bahwa ada hubungan secara linear antara *Informasi* (X1), *Kesenangan* (X2), *Komunikasi* (X3) dan *Transaksi* (X4) terhadap variabel attitude Mahasiswa (Y).

Berdasarkan hasil keseluruhan analisis statistik korelasional tersebut di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara *Informasi* (X1), *Kesenangan* (X2), *Komunikasi* (X3) dan *Transaksi* (X4) terhadap variabel attitude Mahasiswa (Y).

#### **4.5.4 Kepentingan Pengguna Internet di ponsel Berdasarkan Attitude Mahasiswa**

Attitude mahasiswa salah satu merupakan suatu faktor yang menentukan mahasiswa dalam berinternet di ponsel. Untuk menentukan attitude mahasiswa dapat diukur dari kepentingan mahasiswa berinternet di ponsel yang terdiri dari 4 variabel yaitu informasi, kesenangan, komunikasi dan transaksi.

##### **e. Kepentingan Mahasiswa untuk Variabel Informasi**

Informasi yang dihasilkan di internet dengan menggunakan ponsel merupakan salah satu faktor yang digunakan mahasiswa berinternet di ponselnya. Mahasiswa tidak hanya mengakses informasi di internet lewat ponsel, tetapi juga dapat mendownload informasi tersebut. Selain itu juga informasi yang didapatkan dapat berguna dan dapat dengan jelas mereka lihat di internet lewat ponsel. Variabel informasi merupakan variabel ketiga yang diminati mahasiswa untuk berinternet di ponsel.

##### **f. Kepentingan Mahasiswa untuk Variabel Kesenangan**

Kesenangan merupakan salah satu faktor yang menentukan di dalam berinternet lewat ponsel. Contoh kesenangan ini sendiri adalah untuk ngobrol lewat fasilitas yang ada di internet, misalnya chatting. Di dalam internet lewat

ponsel itu sendiri ada beberapa tools untuk menunjang fasilitas tersebut, diantaranya Yahoo Messenger, Meebo dan lain-lain. Hal lain yang merupakan contoh kesenangan adalah mahasiswa bisa menggunakan fasilitas jejaring sosial seperti Facebook, Tweeter, dan lain-lain. Begitu juga dengan fasilitas seperti download lagu, artikel-artikel dan sejenisnya. Variabel kesenangan merupakan variabel pertama yang diminati mahasiswa untuk berinternet di ponsel.

**g. Kepentingan Mahasiswa untuk Variabel Komunikasi**

Variabel komunikasi merupakan salah satu faktor yang menentukan di dalam berinternet lewat ponsel. Mahasiswa dapat melakukan pengiriman dan penerimaan informasi melalui ponsel mereka. Artinya bahwa komunikasi juga merupakan salah satu faktor yang menentukan mahasiswa di dalam menggunakan internet di ponsel. Variabel komunikasi merupakan variabel keempat yang diminati mahasiswa untuk berinternet di ponsel.

**h. Kepentingan Mahasiswa untuk Variabel Transaksi**

Variabel transaksi merupakan salah satu faktor yang menentukan di dalam berinternet lewat ponsel. Mahasiswa dapat melakukan pengiriman dan penerimaan informasi melalui ponsel mereka. Artinya bahwa komunikasi juga merupakan salah satu faktor yang menentukan mahasiswa di dalam menggunakan internet di ponsel. Variabel transaksi merupakan variabel kedua yang diminati mahasiswa untuk berinternet di ponsel.



## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang telah dilakukan serta sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian, maka diambil kesimpulan hal-hal sebagai berikut :

- a. Dari nilai  $t$  hitung dan tingkat signifikan kepentingan pengguna internet (informasi, kesenangan, komunikasi dan transaksi) yaitu *Informasi, Kesenangan, Komunikasi* dan *Transaksi* yang diperoleh menunjukkan bahwa memang ada pengaruh yang positif dan signifikan terhadap attitude mahasiswa dalam menggunakan internet di ponsel.
- b. Dari nilai  $t$  hitung dan tingkat signifikan masing-masing variabel yaitu *Informasi, Kesenangan, Komunikasi* dan *Transaksi* yang diperoleh menunjukkan bahwa memang ada pengaruh yang positif dan signifikan terhadap attitude mahasiswa dalam menggunakan internet di ponsel.
- c. Berdasarkan nilai  $f$  hitung dan tingkat signifikan masing-masing variabel, yang mendapatkan urutan pertama adalah variabel kesenangan, kedua adalah transaksi, ketiga adalah informasi dan terakhir adalah komunikasi.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis serta kesimpulan, maka penulis menyampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Dari empat variabel kepentingan pengguna internet menggunakan ponsel, hasil pengolahan menunjukkan bahwa variabel *Komunikasi* menunjukkan nilai yang paling kecil atau rendah. Dari hal ini dapat dijadikan masukan bagi pembaca khususnya mahasiswa Universitas Bina Darma program studi Manajemen Informatika untuk tidak hanya mengisi waktu luang mereka dengan kesenangan semata, tetapi juga bisa berkomunikasi dengan pengguna lainnya, khususnya yang berkaitan dengan mata kuliah.
2. Selanjutnya setelah variabel *Komunikasi* adalah variabel *Informasi* yang juga menunjukkan nilai rendah. Dalam hal ini dapat dijadikan masukan bagi pembaca khususnya mahasiswa Universitas Bina Darma program studi Manajemen Informatika untuk dapat mengisi waktu luang mereka dengan mencari informasi di internet, khususnya yang berkaitan dengan mata kuliah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Buente, Wayne dan Alice Robbin. 2008. “*Trends in Internet Information Behavior: 2000-2004*”. Journal of the American Society for Information Science. <http://eprints.rclis.org/13679/1/RobbinTrends-2008Jun2-EntirePaper.pdf>. Diakses tanggal 12 Maret 2010.
- Davis, F.D., bagozi, R.P., Warshaw, P.R. 1989. *management Science*. Vol 35 No.8. <http://areadocenti.eco.unicans.it/virili/OSI/Davis>. diakses tanggal 10 Maret 2010.
- Dillon, A., & Morris. M. 1996. *Power, Perception and Performance: From Usability Engineering to Technology Acceptance with the P3 Model of User Response*. *Journal Electronic Commerce Research*. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.2.486&rep=rep1&type=pdf>. Diakses tanggal 10 Maret 2010.
- Horrigan, John B. 2002. *New Internet Users: What They Do Online, What They Don't, and Implications for the 'Net's Future*. [http://www.pewinternet.org/pdfs/New\\_User\\_Report.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/New_User_Report.pdf). Diakses tanggal 10 Maret 2010
- Mulyadi. 2008. *Pengertian, Manfaat dan Fasilitas Internet*. <http://pakmulkom.blogdetik.com/2008/09/11/1-pengertian-manfaat-dan-fasilitas-internet/>. Diakses pada tanggal 2 Maret 2010.
- Manueli, Latu dan Koh. 2007. *ICT Adoption Model It Management Research Center Graduate School of Business*. <http://www.bit.tekotago.ac.nz/staticdata/paper07/papers/175.pdf>. Diakses pada tanggal 12 Maret 2010.
- Nur, Astutik Qomariyah. 2009. *Perilaku Penggunaan Internet pada Kalangan Remaja di Perkotaan*. *Perilaku Penggunaan Internet pada Kalangan Remaja di Perkotaan*. Diakses pada tanggal 10 Maret 2010.
- Pedersen, E, & Nysveen, L.G.H. 2004. Using the theory of planned behavior to explain teenager's adoption of text messaging services. *Norwegian School of Economics and Business Administration*. [http://ikt.hia.no/perep/ISR\\_submission.pdf](http://ikt.hia.no/perep/ISR_submission.pdf). Diakses pada tanggal 20 maret 2010.
- Pendit, Putu Laxman, dkk. 2005. *Perpustakaan Digital: Perspektif Perpustakaan Perguruan Tinggi di Indonesia*, Perpustakaan Universitas Indonesia, Jakarta.

Teo, T.S.H, & Pok, S.H. 2003. Adoption of WAP-enabled mobile phones among Internet User. *Elsevier Ltd.*  
<http://www.bschool.nus.edu.sg/staff/bizteosh/TeoPokOmega2003WAP.pdf>  
f. Diakses tanggal 10 Maret 2010.

Mao & Palvia. 2001. *Theory of Reasoned Action*.

cetak.kompas.com, 2009.

okezone.com, 2009.

Tempointeraktif.com. 2009

<http://www.internetworldstats.com/>