

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI FREKUENSI
DAN LAMA WAKTU PENGGUNAAN SITUS JEJARING SOSIAL
(Studi kasus pada mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia Yogyakarta)**



Nama : Bayu Aji Pamungkas

No. Mahasiswa : 08312222

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2012

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI FREKUENSI DAN LAMA
WAKTU PENGGUNAAN SITUS JEJARING SOSIAL
(Studi kasus pada mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia Yogyakarta)**

SKRIPSI

**Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk
mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi
Akuntansi pada Fakultas Ekonomi UII**

oleh:

Nama : Bayu Aji Pamungkas

No. Mahasiswa : 08312222



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2012

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.



Yogyakarta, 12 Februari 2012

Penyusun



(Bayu Aji Pamungkas)

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI FREKUENSI
DAN LAMA WAKTU PENGGUNAAN SITUS JEJARING SOSIAL
(Studi kasus pada mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia Yogyakarta)**



Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing
Pada Tanggal 14 Februari 2012

Dosen Pembimbing



Fitriati Akmila S.E., M.Com.

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

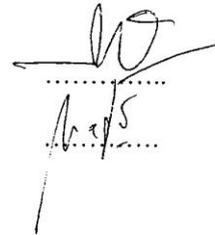
SKRIPSI BERJUDUL

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Frekuensi dan Lama Waktu
Penggunaan Situs Jejaring Sosial (Studi Kasus pada Mahasiswa
Prodi Akuntansi FE UII Yogyakarta)

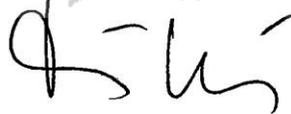
Disusun Oleh: **BAYU AJI PAMUNGKAS**
Nomor Mahasiswa: 08312222

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 16 Maret 2012

Penguji/Pemb. Skripsi : Fitriati Akmila, SE, M.Com
Penguji : Mahmudi, SE, M.Si, Ak



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA

MOTTO

*“ Lebih baik mementingkan DUIT daripada Uang. DUIT yang berarti D untuk
Doa, U untuk Usaha, I untuk Iman, dan T untuk Takwa ”*

(Dunia Hijau Bayu)



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Segala puji dan pujian hanya teruntuk Allah SWT, Tuhan semesta alam yang menggemggam putaran waktu, penguasa atas segala sesuatu di langit dan bumi. Alhamdulillah hirobbil 'alamin, berjuta syukur atas segala nikmat dan karunia yang telah Engkau berikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Frekuensi dan Lama Waktu Penggunaan Situs Jejaring Sosial (Studi kasus pada mahasiswa Prodi Akuntansi FE UII Yogyakarta)**" ini dengan baik. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah SAW, keluarga, sahabat dan para pengikutnya yang senantiasa istiqomah menapaki jalam-Nya.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak dapat diselesaikan dengan banyak dukungan, doa, kontribusi, bantuan serta bimbingan secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak selama proses penelitian ini berlangsung. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kehidupan, kesehatan ,rahmat serta pemikiran-pemikiran yang inspiratif tanpa henti kepada saya.

2. Kedua orang tua tercinta saya yang selalu memberikan doa serta dukungan kepada saya, semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan dan perlindungan kepada kedua orang tua saya.
3. Ketiga kakakku tercinta Yandi Agung Setiawan, Bernadetha Yeni Damayanti, dan Aditya Fitrianto yang juga memberikan bantuan serta dukungan kepada saya.
4. Eyang kakung dan eyang putri kalasan yang memberikan saya banyak petuah dan nasehat nya.
5. Bapak Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
6. Ibu Fitriati Akmila S.E., M.Com. Terimakasih atas bimbingan serta saran dan kritik nya selama proses pembuatan skripsi ini berlangsung.
7. Nenek Anna Ulfah Rahayu yang selalu mendukung, memotivasi saya dan membuat saya bersemangat dalam pengerjaan skripsi ini.
8. Teman terdekat yang saya anggap saudara Adi Triatma, Ardhynta Wibowo, Farahita Putradi, Miftah Nurachid Septana, Rinaldi Jati Putera, trimakasih atas segala dukungan serta bantuan nya selama ini, kalian hebat.
9. Teman seperjuangan Akuntansi 2008 FE UII yang tidak saya sebutkan satu persatu, terus berjuang dan semangat.
10. Angkringan Pak Mahmudi dan Pak Rian alias Mbah Gulit, trimakasih atas nasehat dan candatawa kalian.

11. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu terselesainya skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tulisan ini belum mencapai kesempurnaan, namun penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikannya dengan baik. Dengan segala kerendahan hati, penulis bersedia untuk diberikan saran maupun kritik yang sifatnya membangun. Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikah berkah dan rahmat Nya kepada kita semua. Terimakasih.



Penulis

Bayu Aji Pamungkas

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN BERITA ACARA UJIAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	8
2.1.1. Jejaring Sosial	8

2.1.1.1	Sejarah Jejaring Sosial	8
2.1.1.2.	Layanan Jejaring Sosial	10
2.1.2.	<i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	10
2.1.3.	Persepsi	12
2.1.4.	Motivasi	13
2.1.5.	Pengalaman	14
2.2.	Penelitian Terdahulu	14
2.3.	Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesa	15
2.3.1.	Karakteristik Pesepsi dari Situs Jejaring Sosial	15
2.3.2.	Motivasi untuk Menggunakan Internet	16
2.2.3.	Privasi	17
2.2.4.	Pengalaman Internet	18
2.2.5.	<i>Gender</i>	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1.	Populasi dan Sampel	21
3.1.1.	Populasi	21
3.1.2.	Sampel	21
3.2.	Data dan Sumber Data	22
3.3.	Metode Pengumpulan Data	23
3.4.	Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian	23
3.4.1.	Persepsi dari Situs Jejaring Sosial	24
3.4.2.	Motivasi Menggunakan Internet	24
3.4.3.	Privasi	25

3.4.4.	Pengalaman Internet	26
3.4.5.	<i>Gender</i>	27
3.5.	Metode Analisis Data	28
3.5.1.	Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	29
3.5.2.	Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	31
3.5.3.	Uji Hipotesis	31
3.6.	Hipotesis Penelitian	32
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		
4.1.	Hasil Pengumpulan Data	36
4.2.	Deskripsi Responden	37
4.2.1.	Usia	37
4.2.2.	Jenis Kelamin	38
4.2.3.	Frekuensi Penggunaan Situs Jejaring Sosial	38
4.2.4.	Lama Waktu Penggunaan Situs Jejaring Sosial	39
4.2.5.	Tempat Penggunaan	40
4.3.	Validitas dan Reliabilitas	41
4.3.1.	Validitas	41
4.3.2.	Reliabilitas	43
4.4.	Pengujian Model Struktural (Inner Model)	44
4.5.	Hasil Uji Hipotesis	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1.	Kesimpulan	57
5.2.	Implikasi	60

5.3. Keterbatasan Penelitian	61
5.4. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63
Lampiran	67



DAFTAR TABEL

Tabel

1.1. Data Kuesioner yang Disebar	37
2.1. Usia	37
2.2. Jenis Kelamin	38
2.3. Frekuensi	39
2.4. Jumlah Penggunaan	40
2.5. Tempat Penggunaan	40
3.1. <i>Avarage Variance Extraced (AVE)</i>	42
3.2. <i>Cross Loading</i>	43
3.3. <i>Composite Reliability</i>	44
4.1. <i>R-Square</i>	45
5.1. Signifikansi Hubungan Antar Variabel	47
5.2. Hasil Uji Hipotesis	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar

2.1. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	12
2.2. Model Penelitian	20
4.1. Korelasi Antar Konstruk	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuesioner Penelitian	67
2. Perolehan Data Kuesioner	71
3. Hasil Olah Data	79



ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi frekuensi dan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial dengan studi kasus pada mahasiswa Prodi Akuntansi FE UII Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan, motivasi utilitas interpersonal, privasi, pengalaman, dan gender terhadap frekuensi dan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial.

Peneliti menggunakan mahasiswa Prodi Akuntansi FE UII Yogyakarta sebagai sampel dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode kuesioner dan sampel menggunakan metode nonprobabilitas sampling yaitu convenience sampling. Metode analisis data menggunakan bantuan software SEM dengan SmartPLS.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap frekuensi dan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial. Motivasi utilitas interpersonal berpengaruh positif dan signifikan terhadap frekuensi dan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial. Privasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap frekuensi dan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial. Pengalaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap frekuensi dan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial. Serta pada gender menunjukkan bahwa wanita lebih sering menggunakan situs jejaring sosial dibandingkan laki-laki. Dan wanita lebih banyak menghabiskan waktu di situs jejaring sosial dibandingkan laki-laki.

Kata Kunci: Jejaring sosial, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan, motivasi utilitas interpersonal, privasi, pengalaman, gender

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian

Seiring berkembangnya waktu, internet menjadi sebuah kebutuhan dan aktivitas tetap manusia sebagai anggota masyarakat. Selain menjadi tuntutan profesi, pengembangan dan ilmu pengetahuan, berita, dan hiburan, menggunakan internet juga menjadi cara alternatif seseorang untuk berinteraksi sebagai makhluk sosial.

Banyak situs jejaring sosial dan aplikasi berkembang pesat, seperti situs pertemanan, promosi, dan aplikasi – aplikasi lain. Beberapa situs terpopuler, diantaranya adalah *Google, Youtube, Yahoo, Blogger, Baidu, Wikipedia, Windows Live, Twitter, QQ.COM, dan Facebook*.

Situs jejaring sosial adalah struktur *social* yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi jejaring ini menunjukkan jalan dimana mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga. Istilah ini diperkenalkan oleh Profesor J.a. Banes pada 1954.

Situs jejaring sosial adalah suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dan lain-lain.

Sejak komputer dapat dihubungkan satu dengan lainnya dengan adanya internet, banyak upaya awal untuk mendukung jejaring sosial melalui komunikasi

antar komputer. Situs jejaring sosial diawali oleh Classmates.com pada tahun 1995 yang berfokus pada hubungan antar teman mantan sekolah dan SixDegrees.com pada tahun 1997 yang membuat ikatan tidak langsung. Dua model berbeda dari jejaring sosial yang lahir sekitar tahun 1999 adalah berbasis kepercayaan yang dikembangkan oleh Epionions.com, dan jejaring sosial yang berbasis pertemanan seperti yang dikembangkan oleh Uskup Jonathan yang kemudian dipakai pada beberapa situs UK regional diantara tahun 1999 dan 2001. Inovasi meliputi tidak hanya memperlihatkan siapa berteman dengan siapa, tetapi memberikan penggunaan kontrol yang lebih akan isi dan hubungan. Pada tahun 2005, suatu layanan jejaring sosial MySpace, dilaporkan lebih banyak diakses dibandingkan Google dengan Facebook, pesaing yang tumbuh dengan cepat (Ridwan, 2011).

Jejaring sosial mulai menjadi bagian dari strategi internet bisnis sekitar tahun 2005 ketika Yahoo meluncurkan Yahoo! 360. Pada bulan juli 2005 New Corporation membeli MySpace, diikuti oleh ITV (UK) membeli *Friendster Reunited* pada desember 2005. Diperkirakan ada 200 situs jejaring sosial menggunakan model jejaring sosial ini.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Cha (2010). Penelitian Cha (2010) menggunakan mahasiswa subjek penelitian serta menggunakan dua pertanyaan penelitian, yaitu bagaimana motivasi untuk menggunakan Internet berhubungan dengan frekuensi (seberapa sering seseorang menggunakan situs jejaring sosial) dan lama waktu (berapa banyak waktu yang digunakan dalam mengakses situs jejaring sosial) dan bagaimana persepsi

jaringan sosial, motivasi di balik menggunakan Internet, masalah privasi Internet, pengalaman internet dalam frekuensi dan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial. Penelitian ini menggunakan 2 pengolahan data, yaitu dengan analisa deskriptif dan analisa analitik.

Adapun yang menjadi pertimbangan peneliti dalam memilih mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia sebagai subjek penelitian adalah karena lebih efektif dan efisien. Efektif karena mereka lebih mudah untuk ditemui dan peneliti juga mudah untuk berinteraksi dengan mereka. Efisien artinya peneliti tidak mengeluarkan biaya yang cukup besar dalam penelitian karena peneliti juga termasuk bagian dari mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Peneliti menggunakan sepuluh pertanyaan penelitian dari penyesuaian dengan hipotesis. Peneliti juga mengurangi variabel usia pada subjek penelitian dikarenakan dalam penelitian ini jangkauan perbedaan usia hanya terpaut sedikit.

Oleh karena itu penelitian ini diberi judul “**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Frekuensi dan Lama Waktu Penggunaan Situs Jejaring Sosial (Studi kasus pada mahasiswa Prodi Akuntansi FE UII Yogyakarta)**”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat dikemukakan perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan situs web jejaring sosial mempengaruhi frekuensi penggunaan situs jejaring sosial?
2. Apakah Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan situs web jejaring sosial mempengaruhi lama waktu penggunaan situs jejaring sosial?
3. Apakah motivasi utilitas interpersonal mempengaruhi frekuensi penggunaan situs jejaring sosial?
4. Apakah motivasi utilitas interpersonal mempengaruhi lama waktu penggunaan situs jejaring sosial?
5. Apakah masalah privasi di Internet mempengaruhi frekuensi penggunaan situs jejaring sosial?
6. Apakah masalah privasi di Internet mempengaruhi lama waktu penggunaan situs jejaring sosial?
7. Apakah pengalaman Internet mempengaruhi frekuensi penggunaan situs jejaring sosial?
8. Apakah pengalaman Internet mempengaruhi lama waktu penggunaan situs jejaring sosial?
9. Apakah wanita lebih sering menggunakan situs jejaring sosial dibandingkan laki-laki?
10. Apakah wanita lebih banyak menghabiskan waktu di situs jejaring sosial dibandingkan laki-laki?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Menguji pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan situs *web* jejaring sosial terhadap frekuensi penggunaan situs jejaring sosial.
2. Menguji pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan situs *web* jejaring sosial terhadap lama waktu penggunaan situs jejaring sosial.
3. Menguji motivasi utilitas interpersonal terhadap frekuensi penggunaan situs jejaring sosial.
4. Menguji motivasi utilitas interpersonal terhadap lama waktu penggunaan situs jejaring sosial.
5. Menguji masalah privasi di Internet terhadap frekuensi penggunaan situs jejaring sosial.
6. Menguji masalah privasi di Internet terhadap lama waktu penggunaan situs jejaring sosial.
7. Menguji pengalaman Internet terhadap frekuensi penggunaan situs jejaring sosial.
8. Menguji pengalaman Internet terhadap lama waktu penggunaan situs jejaring sosial.
9. Menguji *gender* terhadap frekuensi penggunaan situs jejaring sosial.
10. Menguji *gender* terhadap lama waktu penggunaan situs jejaring sosial.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperluas dan memperkaya bahan referensi, bahan penelitian serta sumber bacaan di lingkungan FE UII Yogyakarta.
- b. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai perkembangan penggunaan situs jejaring sosial.
- c. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan, yaitu pengguna situs jejaring sosial khususnya mahasiswa.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang diajukan dalam penyusunan skripsi ini untuk memberikan gambaran dari permasalahan pokok yang dicakup dalam uraian ringkas pada masing-masing bab. Adapun sistematika penulisan ini terdiri dari lima bab.

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan bab yang menjelaskan mengenai beberapa hal pokok yang berhubungan dengan penulisan yang terdiri dari latar belakang yang mendasari penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Merupakan bab yang berisi landasan teori sebagai acuan pemikiran dalam pembahasan masalah yang akan diteliti dalam skripsi ini dan sebagai dasar analisis yang dikutip dari beberapa literatur. Selain itu, bab ini juga berisi penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian penulis, kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Merupakan bab yang menguraikan tentang metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi yang meliputi antara lain: variabel penelitian dan definisi operasional, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis yang digunakan.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Merupakan bab yang menjelaskan mengenai mengenai hasil penelitian dan pengujian hipotesis, berikut dengan hasil pengujian validitas dan reliabilitas.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bab yang berisi tentang kesimpulan, kelemahan dan saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu

2.1.1. Jejaring Sosial

Jejaring sosial adalah struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi. Jejaring ini menunjukkan jalan dimana mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga. Istilah ini diperkenalkan oleh profesor J.A.Barnes di tahun 1954.

Situs jejaring sosial adalah suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dan lain-lain.

Social networking (jejaring sosial) sekarang sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Jejaring sosial adalah kegiatan menjalin hubungan dengan orang lain melalui *media social sites* / situs jejaring sosial yang ada di internet. Bisa diakses di mana saja, kapan saja dan oleh siapa saja.

2.1.1.1 Sejarah Jejaring Sosial

Sejak komputer dapat dihubungkan satu dengan lainnya dengan adanya internet banyak upaya awal untuk mendukung jejaring sosial melalui komunikasi antar komputer. Situs jejaring sosial diawali oleh Classmates.com pada tahun 1995 yang berfokus pada hubungan antar mantan teman sekolah dan

SixDegrees.com pada tahun 1997 yang membuat ikatan tidak langsung. Dua model berbeda dari jejaring sosial yang lahir sekitar pada tahun 1999 adalah berbasis kepercayaan yang dikembangkan oleh Epinions.com, dan jejaring sosial yang berbasis pertemanan seperti yang dikembangkan oleh Uskup Jonathan yang kemudian dipakai pada beberapa situs UK regional di antara 1999 dan 2001. Inovasi meliputi tidak hanya memperlihatkan siapa berteman dengan siapa, tetapi memberikan pengguna kontrol yang lebih akan isi dan hubungan. Pada tahun 2005, suatu layanan jejaring sosial *MySpace*, dilaporkan lebih banyak diakses dibandingkan *Google* dengan *Facebook*, pesaing yang tumbuh dengan cepat.

Jejaring sosial mulai menjadi bagian dari strategi internet bisnis sekitar tahun 2005 ketika *Yahoo* meluncurkan *Yahoo!360°*. Pada bulan Juli 2005 *News Corporation* membeli *MySpace*, diikuti oleh ITV (UK) membeli *Friends Reunited* pada Desember 2005. Diperkirakan ada lebih dari 200 situs jejaring sosial menggunakan model jejaring sosial ini.

Situs-situs jejaring sosial telah menemukan kejayaannya sejak tahun 2000an dimulai dengan mengguritanya jejaring sosial friendster sejak tahun 2004 dan mencapai puncaknya di tahun 2007. Tahun 2008 hingga 2009 ini kejayaan itu diambil alih oleh jejaring sosial *facebook* yang memiliki member aktif hingga 350 Juta di seluruh dunia dan melejit di nomor 1 situs jejaring sosial terpopuler dengan pertumbuhan yang sangat drastis. Beberapa situs jejaring sosial :

1. www.facebook.com
2. www.twitter.com
3. www.friendster.com

2.1.1.2 Layanan Jejaring Sosial

Banyak layanan jejaring sosial berbasis web yang menyediakan kumpulan cara yang beragam bagi pengguna untuk dapat berinteraksi seperti *chat*, *messaging*, *email*, video, *chat* suara, *share file*, blog, diskusi grup, dan lain-lain. Umumnya jejaring sosial memberikan layanan untuk membuat biodata dirinya. Pengguna dapat meng-upload foto dirinya dan dapat menjadi teman dengan pengguna lainnya. Beberapa jejaring sosial memiliki fitur tambahan seperti pembuatan grup untuk dapat saling sharing di dalamnya.

Dalam penggunaannya, jejaring sosial tidak hanya untuk saling berinteraksi dengan teman, mencari teman, ataupun dengan saudara-saudara yang jauh lokasinya. Adakalanya jejaring sosial itu pun dimanfaatkan untuk mencari penghasilan dengan membuat sebuah grup untuk saling bertukar informasi dan pengetahuan baik dalam hal agama, politik, hobi dan lain sebagainya.

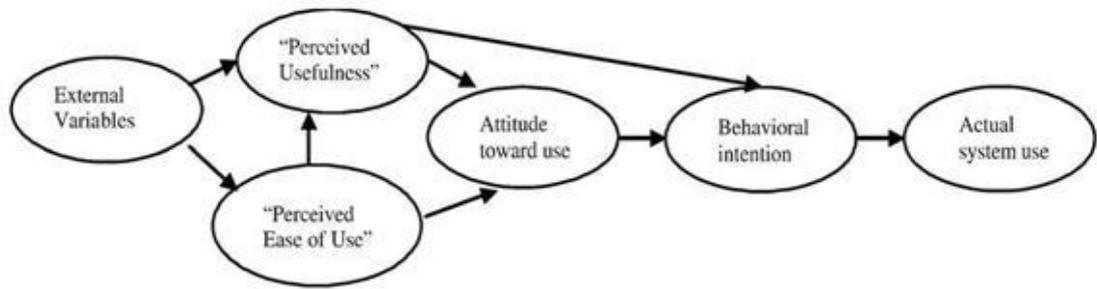
2.1.2. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali dikembangkan oleh Davis (1989) dan kemudian dipakai serta dikembangkan kembali oleh beberapa peneliti seperti Adam, Szajna, Igbaria dan Venkatesh dan Davis (2000). Modifikasi model *TAM* dilakukan oleh Venkantesh (2002) dengan menambahkan

variable *trust* dengan judul: *Trust enhanced Technology Acceptance Model*, yang meneliti tentang hubungan antar variabel *TAM* dan *trust*. Modifikasi *TAM* lain yaitu *Trust and Risk in Technology Acceptance Model (TRITAM)* yang menggunakan variabel kepercayaan dan resiko bersama variabel *TAM*.

TAM mempunyai tujuan menjelaskan dan memprediksikan penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi. *TAM* merupakan pengembangan *TRA* dan memprediksi penerimaan pengguna terhadap teknologi berdasar pengaruh dua faktor, yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) (Davis, 1989).

Menurut Davis (1989) *TAM* adalah sebuah teori sistem informasi yang dirancang untuk menjelaskan bagaimana pengguna mengerti dan menggunakan sebuah teknologi informasi. *TAM* menggunakan *TRA* dari Fishbein dan Ajzen (1967) yang digunakan untuk melihat bagaimana tingkat adopsi responden dalam menerima teknologi informasi. Konstruk asli *TAM* yang dibuat oleh Davis (1989), yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), sikap (*attitude*), minat perilaku (*behavioral intention*), penggunaan senyatanya (*actual use*) dan ditambahkan beberapa konstruk eksternal yaitu, pengalaman (*experience*), kerumitan (*complexity*).



Gambar 2.1. *Technology Acceptance Model (TAM) (Davis, 1989)*

2.1.3. Persepsi

Persepsi pada hakikatnya adalah merupakan proses penilaian seseorang terhadap obyek tertentu. Menurut Young (1956) persepsi merupakan aktivitas mengindra, mengintegrasikan dan memberikan penilaian pada obyek-obyek fisik maupun obyek sosial, dan penginderaan tersebut tergantung pada stimulus fisik dan stimulus sosial yang ada di lingkungannya. Sensasi-sensasi dari lingkungan akan diolah bersama-sama dengan hal-hal yang telah dipelajari sebelumnya baik hal itu berupa harapan-harapan, nilai-nilai, sikap, ingatan dan lain-lain. Branca (1965) mengemukakan: Persepsi adalah reaksi orientatif terhadap rangsangan. Mereka yang di masa lalu telah ditentukan oleh sejarah masa lalu dan sikap perseptor sekarang.

Di dalam proses persepsi individu dituntut untuk memberikan penilaian terhadap suatu obyek yang dapat bersifat positif/negatif, senang atau tidak senang dan sebagainya. Dengan adanya persepsi maka akan terbentuk sikap, yaitu suatu kecenderungan yang stabil untuk berlaku atau bertindak secara tertentu di dalam situasi yang tertentu pula.

2.1.4. Motivasi

Suatu kebutuhan manusia yang telah dipuaskan tidak menjadi alat motivasi bagi pelakunya, hanya kebutuhan yang belum terpenuhi yang menjadi motivasi. Motivasi berasal dari kata latin "*movere*" yang berarti "dorongan daya gerak". Motivasi ini hanya diberikan kepada manusia khususnya kepada para bawahan atau pengikut.

Menurut Wahjosumidjo motivasi adalah suatu proses psikologi yang mencerminkan interaksi antara sikap, kebutuhan, persepsi, dan keputusan yang terjadi pada diri seseorang untuk bertingkah laku dalam rangka memenuhi kebutuhan yang dirasakan.

Maka dapat disimpulkan bahwa motivasi merupakan suatu penggerak atau dorongan-dorongan yang terdapat dalam diri manusia yang dapat menimbulkan, mengarahkan, dan mengorganisasikan tingkah lakunya. Hal ini terkait dengan upaya untuk memenuhi kebutuhan yang dirasakan, baik kebutuhan fisik maupun kebutuhan rohani.

Motivasi berarti keseluruhan daya penggerak di dalam diri seseorang yang dapat menimbulkan, menjamin, dan memberikan arah. Motivasi sangat dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor interinsik dan eksterinsik. Dari dua faktor tersebut membuat seseorang termotivasi untuk memenuhi kebutuhannya akan media. Kebutuhan tersebut adalah informasi, identitas pribadi, integritas sosial, dan hiburan.

2.1.5. Pengalaman

Pengalaman kata dasarnya "alami" yang artinya mengalami, melakoni, menempuh, menemui, mengarungi, menghadapi, menyeberangi, menanggung, mendapat, menyelami, mengenyam, menikmati, dan merasakan (Endarmoko, 2006).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian Cha (2010) menggunakan mahasiswa di berbagai universitas besar di tenggara sebagai subjek penelitian serta menggunakan dua pertanyaan penelitian, yaitu bagaimana motivasi untuk menggunakan Internet berhubungan dengan frekuensi dan jumlah penggunaan situs jejaringan sosial dan bagaimana persepsi jaringan sosial, motivasi di balik menggunakan Internet, masalah privasi Internet, pengalaman internet dalam frekuensi dan jumlah penggunaan situs jejaring sosial. Penelitian ini menyelidiki pertanyaan penelitian dengan menggunakan analisis korelasi.

Penelitian Tandun (2009) dengan judul motivasi penggunaan situs jejaring sosial dan kebutuhan afliasi bertujuan untuk melihat bagaimana hubungan antara motivasi penggunaan situs jejaring sosial Facebook terhadap pemenuhan kebutuhan afiliasi pada murid IEC Malaka Medan dengan menggunakan Perspektif *uses and gratification*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan bentuk pertanyaan tertutup sejumlah 26 buah. Analisa data menggunakan bentuk tabel deskriptif lalu dihubungkan menjadi tabel korelasional. Dari hasil penelitian, terbukti bahwa hubungan antara motivasi

penggunaan situs jejaring sosial *Facebook* terhadap pemenuhan afiliasi murid IEC Malaka Medan adalah cukup berarti.

Penelitian Nazir (2009) melakukan penelitian untuk melihat sejauh mana hubungan antara situs *Facebook* dengan tindakan menggunakan mahasiswa FISIP USU. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode koresional. Dalam menganalisis data penelitian digunakan tabel tunggal dan tabel silang, sedangkan untuk menguji hipotesis penelitian digunakan *tes statistic Spearman* melalui SPSS 10.00. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang tinggi, kuat antara situs Facebook terhadap tindakan menggunakan mahasiswa FISIP USU.

2.3. Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesa

2.3.1. Karakteristik Persepsi dari Situs Jejaring Sosial

Studi empiris yang menggunakan TAM sebagai landasan teoritis tidak memeriksa penggunaan aktual dari sistem atau teknologi, yang membangun model TAM asli (misalnya, Chau dan Hu, 2002; Hong *et all*, 2002; Tong *et all*, 2002). Mengingat bahwa, dalam tes studi ini bagaimana manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan dalam TAM adalah terkait dengan penggunaan aktual konsumen situs jejaring sosial.

Berdasarkan temuan dari studi sebelumnya, penelitian ini mengusulkan bahwa kegunaan yang dirasakan dan persepsi kemudahan penggunaan yang terkait dengan frekuensi dan jumlah penggunaan situs jejaring sosial.

H_{1a} : *Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan situs web jaringan sosial berpengaruh positif dengan frekuensi penggunaan situs jejaring sosial.*

H_{1b} : *Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan situs web jaringan sosial berpengaruh positif dengan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial.*

2.3.2. Motivasi untuk Menggunakan Internet

Sementara mencari informasi dan hiburan merupakan kepuasan penting yang dicari dari internet pada umumnya (Papacharissi dan Rubin, 2000), layanan internet menunjukkan perbedaan individu dalam pencarian kepuasan relevansi. Peter *et all.* (2006), dengan fokus pada ruang *chatting* internet, penemuan mengenai inklusi sosial, hubungan pemeliharaan, bertemu orang baru, kompensasi sosial, dan hiburan adalah kepuasan untuk menggunakan *chat room*. Hal ini jelas dalam penelitian bahwa sebagian besar motif yang berhubungan dengan interaksi sosial atau utilitas antar pribadi. Dalam membandingkan penggunaan umum internet dan ruang *chatting* internet, telah ditemukan bahwa orang lebih mungkin untuk menggunakan ruang *chatting* internet untuk sosialisasi dari mencari informasi. Selain itu, Ko *et all.* (2005) menemukan bahwa motivasi sosial-interaksi untuk menggunakan internet memiliki efek positif pada penggunaan fitur interaksi antar manusia dengan manusia di internet yang memiliki karakteristik keterhubungan dan komunikasi timbal balik.

Berdasarkan pada penjelasan tersebut, hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

H_{2a} : Motivasi utilitas interpersonal berpengaruh positif dengan frekuensi penggunaan situs jejaring sosial.

H_{2b} : Motivasi utilitas interpersonal berpengaruh positif dengan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial.

2.2.3. Privasi

Ketika mempertimbangkan karakteristik yang melekat pada situs Web jaringan sosial, privasi adalah masalah mungkin penting untuk mereka yang menggunakannya. Sejumlah besar informasi pribadi yang dapat diidentifikasi seperti nama lengkap, sekolah, foto, dan e-mail ini tersedia di banyak situs jejaring sosial. Selain itu, mengungkapkan beberapa informasi pribadi yang diperlukan untuk jaringan di situs tersebut. Memang, Bart *et al.* (2005) secara empiris menemukan bahwa privasi merupakan pendorong penting kepercayaan, terutama untuk situs *web* komunitas dibandingkan dengan situs lain, termasuk bepergian, *e-tailer*, keuangan, komputer, olahraga, dan situs web mobil karena berbagi informasi di antara anggota di situs *web* komunitas adalah lazim, ini hasil dalam kerentanan pengguna mempertaruhkan informasi pribadi.

Berdasarkan pada penjelasan tersebut maka, hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

H_{3a} : Kekhawatiran privasi di Internet berpengaruh negatif dengan frekuensi penggunaan situs jejaring sosial.

H_{3b} : Kekhawatiran privasi di Internet berpengaruh negatif dengan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial.

2.2.4. Pengalaman Internet

Zajonc (1968) mengusulkan sebuah "efek paparan hanya" mendalilkan bahwa paparan terus-menerus cenderung untuk meningkatkan keinginan masyarakat untuk rangsangan yang diberikan. Artinya, sebagai paparan individu untuk meningkatkan stimulus tertentu, dia membentuk sikap positif terhadap stimulus (Zajonc, 1968). Demikian pula, semakin banyak orang menggunakan dan menjadi akrab dengan teknologi tertentu, mereka menjadi lebih nyaman menggunakan teknologi ini. Sebelum studi menunjukkan bahwa teori ini berlaku di Internet. Internet dan Laporan Masyarakat oleh Institut Stanford untuk Studi Kuantitatif Masyarakat menemukan bahwa pengalaman Internet memiliki korelasi positif dengan jumlah penggunaan internet. Orang-orang lagi telah menggunakan Internet, mereka menghabiskan lebih banyak waktu dan lebih banyak kegiatan mereka terlibat dalam di Web. Beberapa penelitian sebelumnya khusus difokuskan pada hubungan antara pengalaman internet dan perilaku pembelian di Internet. Aldridge *et all.* (1997) berpendapat bahwa kemungkinan membeli melalui Internet akan meningkat penggunaan internet meningkat. Hoffman, *et all.* (1999) menemukan bahwa pengalaman Internet memiliki hubungan positif dengan perilaku pembelian di Internet.

Berdasarkan pada penjelasan tersebut, hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

H_{4a} : Pengalaman Internet berpengaruh positif dengan frekuensi penggunaan situs jejaring sosial.

H_{4b} : Pengalaman Internet berpengaruh positif dengan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial.

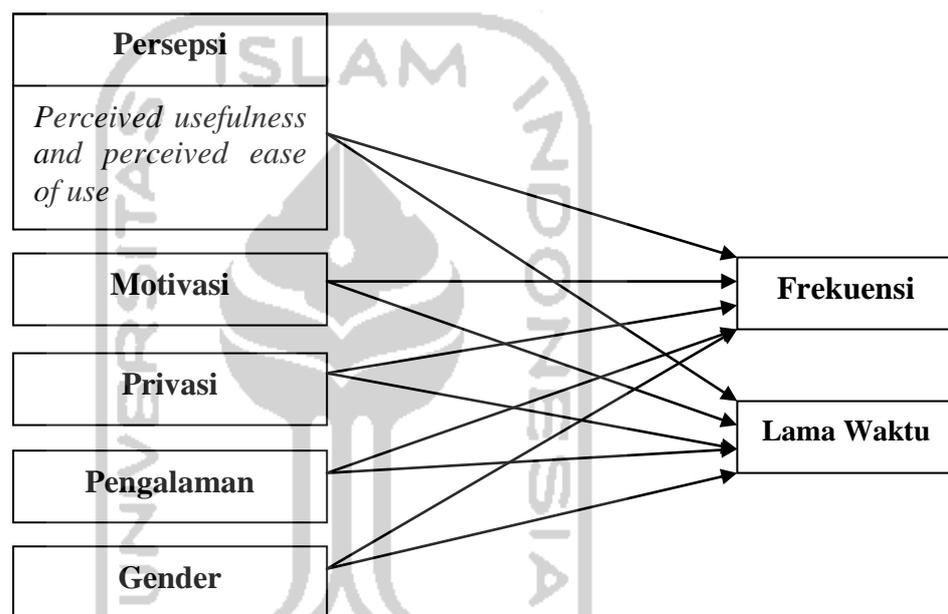
2.2.5. Gender

Inovasi difusi literatur menunjukkan bahwa laki-laki lebih mungkin dibandingkan perempuan untuk mengadopsi teknologi baru awal. Penerapan Internet tidak ada pengecualian. Laki-laki lebih menggunakan Internet daripada perempuan (Ernst & Young, 1999; Pew Research Center untuk Rakyat dan Pers, 1998). Dominasi laki-laki dalam penggunaan internet itu, bagaimanapun, terbalik. Sebuah laporan terbaru menunjukkan bahwa perempuan lebih menggunakan internet dibandingkan rekan-rekan pria mereka di Amerika Serikat pada 2008 dan tren akan berlanjut dalam waktu dekat. Secara khusus, fokus pada frekuensi dan jumlah penggunaan internet berbasis teknologi, Leung (2001) menemukan bahwa mahasiswa perempuan mencari kepuasan sosialisasi melalui pesan instan dari relaksasi dan hiburan. Selanjutnya, penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa perempuan melakukan *chatting* melalui *messenger* lebih sering dan lebih lama per sesi dari mahasiswa laki-laki.

Berdasarkan pada penjelasan tersebut, hipotesis keenam yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

H_{5a} : Wanita lebih sering menggunakan situs jejaring sosial dibandingkan laki-laki.

H_{5b} : Wanita lebih banyak menghabiskan waktu di situs jejaring sosial dibandingkan laki-laki.



Gambar 2.2. Model Penelitian

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sampel

3.1.1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap, hidup dan sebagainya (Bungin, 2006). Berdasarkan definisi tersebut maka target populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Akuntansi FE UII Yogyakarta.

Adapun yang menjadi pertimbangan peneliti dalam memilih mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia sebagai subjek penelitian adalah karena lebih efektif dan efisien. Efektif karena mereka lebih mudah untuk ditemui dan peneliti juga mudah untuk berinteraksi dengan mereka. Efisien artinya peneliti tidak mengeluarkan biaya yang cukup besar dalam penelitian karena peneliti juga termasuk bagian dari mahasiswa Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

3.1.2. Sampel

Sampel adalah bagian atau wakil populasi yang memiliki karakteristik sama dengan populasinya, diambil sebagai sumber data penelitian (Syamsul Hadi, 2006). Dalam penelitian ini, teknik penentuan sampel dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Metode *accidental sampling* merupakan metode pemilihan

sampel dari elemen populasi yang datanya mudah diperoleh peneliti karena ditemui secara kebetulan.

metode yang digunakan adalah nonprobabilitas sampling yaitu *convenience sampling*. *Convenience sampling* adalah pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih sampel sekehendak Periset (Jogiyanto,2004) selama masih memenuhi kriteria penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Akuntansi FE UII Yogyakarta .

3.2. Data dan Sumber Data

Data yang digunakan merupakan data primer. Untuk memperoleh data primer dengan melakukan kuisisioner, yaitu dengan memberikan daftar pertanyaan yang diharapkan dijawab untuk mempermudah pengumpulan data dan efisiensi waktu. Basil (1996) menyarankan bahwa penggunaan sampel mahasiswa berlaku jika grup demografis yang menarik dengan topik penelitian. Penggunaan sampel mahasiswa adalah wajar dalam penelitian ini karena mahasiswa mewakili porsi yang signifikan dari kelompok usia demografis situs jaringan sosial dan terkait sasaran pengecer untuk pemasaran.

Data diambil dengan menyebarkan kuesioner melalui dua cara. Cara yang pertama yaitu penyebaran secara langsung kepada mahasiswa akuntansi FE UII. Sedangkan cara yang kedua penyebaran kuesioner melalui surat elektronik (*e-mail*) atau melalui situs jejaring sosial seperti *facebook* dan *twitter* . Penulis mengirimkan pesan pribadi yang berisi tentang permintaan kepada pemilik akun

untuk mengunjungi situs yang telah dipersiapkan oleh peneliti yang berisi kuesioner dan menjawab kuesioner yang ada dalam situs tersebut.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, untuk menghimpun data hasil penelitian, peneliti menggunakan metode kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pernyataan melalui kuesioner disusun secara lebih sistematis dalam bentuk lembaran kertas yang disebarlang langsung kepada responden dan menggunakan link dengan bantuan google docs.

Susunan penyebaran kuesioner peneliti adalah 30% penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden dan 70% penyebaran kuesioner melalui surat elektronik (*e-mail*) atau melalui situs jejaring sosial seperti facebook dan twitter.

3.4. Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah konsep yang mempunyai variasi dalam nilai variabel laten, oleh karena itu variabel-variabel akan diukur melalui dimensi dan indikator-indikator yang relevan (Supardi, 2005).

Variabel terikat (*dependen*) merupakan variabel yang menjadi perhatian utama peneliti. Tujuan peneliti adalah memahami dan membuat variabel terikat, menjelaskan variabilitasnya, atau memprediksinya (Uma Sekaran, 2009). Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah frekuensi dan lama waktu menggunakan situs jejaring sosial.

Variabel bebas (Independen) adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, entah secara positif atau negatif (Uma Sekaran, 2009). Dalam penelitian ini, variabel independennya adalah persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan, motivasi menggunakan internet, privasi, pengalaman internet dan gender.

3.4.1. Persepsi dari Situs Jejaring Sosial

Studi empiris yang menggunakan TAM sebagai landasan teoritis tidak memeriksa penggunaan aktual dari sistem atau teknologi, yang membangun model TAM asli (misalnya, Chau dan Hu, 2002; Hong *et al*, 2002; Tong *et al*, 2002). Mengingat bahwa, dalam tes studi ini bagaimana manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan dalam TAM adalah terkait dengan penggunaan aktual konsumen situs jejaring sosial.

Pengukuran Persepsi dari Situs Jejaring Sosial diadaptasi oleh Davis (1989). Para responden diminta untuk menunjukkan kesepakatan mereka dengan setiap pernyataan pada skala Likert 6 poin (1=sangat tidak setuju - 6=sangat setuju).

3.4.2. Motivasi Menggunakan Internet

Sementara mencari informasi dan hiburan merupakan kepuasan penting yang dicari dari internet pada umumnya (Papacharissi dan Rubin, 2000), layanan internet menunjukkan perbedaan individu dalam pencarian kepuasan relevansi. Peter *et al*. (2006), dengan fokus pada ruang *chatting* internet, penemuan

mengenai inklusi sosial, hubungan pemeliharaan, bertemu orang baru, kompensasi sosial, dan hiburan adalah kepuasan untuk menggunakan *chat room*. Hal ini jelas dalam penelitian bahwa sebagian besar motif yang berhubungan dengan interaksi sosial atau utilitas antar pribadi. Dalam membandingkan penggunaan umum internet dan ruang *chatting* internet, telah ditemukan bahwa orang lebih mungkin untuk menggunakan ruang *chatting* internet untuk sosialisasi dari mencari informasi. Selain itu, Ko *et al.* (2005) menemukan bahwa motivasi sosial-ineteraksi untuk menggunakan internet memiliki efek positif pada penggunaan fitur interaksi antar manusia dengan manusia di internet yang memiliki karakteristik keterhubungan dan komunikasi timbal balik.

Pengukuran motivasi menggunakan internet diadaptasi dari Papcharissi dan Rubin (2000) serta Yang dan Kang (2006). Para responden diminta untuk menunjukkan kesepakatan mereka dengan setiap pernyataan pada skala Likert 6 poin (1=sangat tidak setuju - 6=sangat setuju).

3.4.3. Privasi

Ketika mempertimbangkan karakteristik yang melekat pada situs Web jaringan sosial, privasi adalah masalah mungkin penting untuk mereka yang menggunakannya. Sejumlah besar informasi pribadi yang dapat diidentifikasi seperti nama lengkap, sekolah, foto, dan *e-mail* ini tersedia di banyak situs jejaring sosial. Selain itu, mengungkapkan beberapa informasi pribadi yang diperlukan untuk jaringan di situs tersebut. Memang, Bart *et al.* (2005) secara empiris menemukan bahwa privasi merupakan pendorong penting kepercayaan,

terutama untuk situs Web komunitas dibandingkan dengan situs lain, termasuk bepergian, *e-tailer*, keuangan, komputer, olahraga, dan situs web mobil karena berbagi informasi di antara anggota di situs web komunitas adalah lazim, ini hasil dalam kerentanan pengguna mempertaruhkan informasi pribadi.

Pengukuran masalah privasi di internet diadopsi dari Dinev dan Hart (2004). Para responden diminta untuk menunjukkan kesepakatan mereka dengan setiap pernyataan pada skala Likert 6 poin (1=sangat tidak setuju - 6=sangat setuju).

3.4.4. Pengalaman Internet

Zajonc (1968) mengusulkan sebuah "efek paparan hanya" mendalilkan bahwa paparan terus-menerus cenderung untuk meningkatkan keinginan masyarakat untuk rangsangan yang diberikan. Artinya, sebagai paparan individu untuk meningkatkan stimulus tertentu, dia membentuk sikap positif terhadap stimulus (Monroe, 1976; Wilson, 1979; Zajonc, 1968). Demikian pula, semakin banyak orang menggunakan dan menjadi akrab dengan teknologi tertentu, mereka menjadi lebih nyaman menggunakan teknologi ini. Sebelum studi menunjukkan bahwa teori ini berlaku di Internet. Internet dan Laporan Masyarakat oleh Institut Stanford untuk Studi Kuantitatif Masyarakat menemukan bahwa pengalaman Internet memiliki korelasi positif dengan jumlah penggunaan internet. Orang-orang lagi telah menggunakan Internet, mereka menghabiskan lebih banyak waktu dan lebih banyak kegiatan mereka terlibat dalam di *web*. Beberapa penelitian sebelumnya khusus difokuskan pada hubungan antara pengalaman internet dan

perilaku pembelian di Internet. Aldridge dkk. (1997) berpendapat bahwa kemungkinan membeli melalui Internet akan meningkatkan penggunaan internet meningkat.

Pengukuran pengalaman internet dengan mengadopsi dari 10 item daftar yang dirancang oleh *Graphic Visualization Usability Center's (GVU) WWW User Survey* (1998).

3.4.5. Gender

Tradisional, inovasi difusi literatur menunjukkan bahwa laki-laki lebih mungkin dibandingkan perempuan untuk mengadopsi teknologi baru awal (Dutton *et al*, 1987;. Larose dan Atkin, 1988; Jeffres dan Atkin, 1996). Penerapan Internet tidak ada pengecualian. Laki-laki lebih menggunakan Internet daripada perempuan (Ernst & Young, 1999; Pew *Research Center* untuk Rakyat dan Pers, 1998). Dominasi laki-laki dalam penggunaan internet itu, bagaimanapun, terbalik. Sebuah laporan terbaru oleh Sit Tek (2008) menunjukkan bahwa perempuan lebih menggunakan internet dibandingkan rekan-rekan pria mereka di Amerika Serikat pada 2008 dan tren akan berlanjut dalam waktu dekat. Secara khusus, fokus pada frekuensi dan jumlah penggunaan internet berbasis teknologi, Leung (2001) menemukan bahwa mahasiswa perempuan mencari kepuasan sosialisasi melalui pesan instan dari relaksasi dan hiburan.

Pengukuran gender dilakukan dengan cara responden diminta langsung untuk menentukan gender mereka sebagai bentuk terbuka.

3.5 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis data menggunakan pendekatan *Partial Least Square (PLS)*. *PLS* adalah model persamaan *Structural Equation Modeling (SEM)* yang berbasis komponen atau varian. Menurut Ghazali (2006), *PLS* merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan *SEM* berbasis kovarian menjadi berbasis varian.

SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji kausalitas atau teori, sedangkan *PLS* bersifat *predictive model*. *PLS* merupakan metode analisis yang powerful (Ghozali, 2006), karena tidak didasarkan pada banyak asumsi. Misalnya, data harus terdistribusi normal, sampel tidak harus besar. Selain dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori.

PLS juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten. Variabel laten adalah variabel yang tidak bisa diukur secara langsung dan memerlukan beberapa indikator (variabel *manifest*/variabel *observed*) sebagai proksi. Dalam *PLS* variabel independen sering disebut juga variabel eksogen, sedangkan variabel dependen dapat disebut juga variabel endogen. *PLS* dapat sekaligus menganalisis konstruk yang dibentuk dengan indikator reflektif karena variabel laten mempengaruhi indikatornya (Ghozali, 2006).

Tujuan *PLS* adalah membantu peneliti untuk tujuan prediksi. Model formalnya mendefinisikan variabel laten adalah linier agregat dari indikator-indikatornya. *Weight estimate* untuk menciptakan komponen skor variabel laten didapat berdasarkan bagaimana inner model (model struktural yang

menghubungkan antar variabel laten) dan outer model (model pengukuran yaitu hubungan antara indikator dengan konstraknya) dispesifikasi Ghozali (2006).

Estimasi parameter yang didapat dengan *PLS* dapat dikategorikan menjadi tiga. Pertama, adalah *weight estimate* yang digunakan untuk menciptakan skor variabel laten. Kedua, mencerminkan estimasi jalur (*path estimate*) yang menghubungkan variabel laten dan antar variabel laten dan indikatornya (*loading*). Ketiga, berkaitan dengan means dan lokasi parameter (nilai konstanta regresi) untuk indikator dan variabel laten. Untuk memperoleh ketiga estimasi ini, *PLS* menggunakan proses iterasi tiga tahap dan setiap tahap iterasi menghasilkan estimasi. Tahap pertama, menghasilkan *weight estimate*, tahap kedua menghasilkan estimasi untuk inner model dan outer model, dan tahap ketiga menghasilkan estimasi means dan lokasi (Ghozali, 2006).

3.5.1. Model Pengukuran atau *Outer Model*

Model ini digunakan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas dari indikator. Indikator dalam penelitian ini adalah reflektif karena indikator variabel laten mempengaruhi indikatornya, untuk itu digunakan 3 cara pengukuran, yaitu:

1. *Convergent validity* : dinilai berdasarkan korelasi antara item skor/komponen skor dengan konstruk skor yang dihitung dengan *PLS*, korelasi dikatakan tinggi jika melebihi 0,70.
2. *Discriminant validity* : dinilai berdasarkan cross loading pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka akan menunjukkan bahwa

konstruk laten memprediksi ukuran pada blok yang lebih baik daripada ukuran blok lainnya. Direkomendasikan nilai *AVE* harus lebih besar 0,50 (Fornell dan Larcker, 1981 dalam Ghazali, 2006). Berikut ini rumus menghitung *AVE*:

$$AVE = \frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum_i \text{var}(\epsilon_i)}$$

Dimana λ_i adalah *component loading* ke indikator dan $\text{var}(\epsilon_i) = 1 - \lambda_i^2$. Jika semua indikator di *standardized*, maka ukuran ini sama dengan *average communalities* dalam blok. Fornell dan Larcker (1981) menyatakan bahwa pengukuran ini dapat digunakan untuk mengukur reabilitas *component score* variabel laten dan hasil lebih konservatif dibandingkan dengan *composite reliability* (ρ_c). Direkomendasikan nilai *AVE* harus lebih besar 0,50.

3. *Composite reliability* : dengan menggunakan output yang dihasilkan *PLS* maka *composite reliability* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\rho_c = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + \sum_i \text{var}(\epsilon_i)}$$

Dimana λ_i adalah *component loading* ke indikator dan $\text{var}(\epsilon_i) = 1 - \lambda_i^2$.

Nilai dari *composite reliability* harus diatas 0,60

3.5.2. Model Struktural atau *Inner Model*

Inner model (inner relation, structural model dan substantive theory) menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada teori substantif. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen, *Stone-Geisser Q-square test* untuk *predictive relevance* dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.

Hasil *R-square* sebesar 0,67; 0,33 dan 0,19 untuk variabel laten *endogen* (variabel dependen) dalam model struktural mengindikasikan bahwa model baik, moderat dan lemah.

3.5.3. Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis, nilai *t-statistic* yang dihasilkan dari *output PLS* dibandingkan dengan nilai t-tabel, *output PLS* merupakan estimasi variabel laten yang merupakan linier agregat dari indikator. Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut

- $H_0 : b_i = 0$, artinya suatu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- $H_a : b_i > 0$, artinya suatu variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 ditentukan sebagai berikut :

- Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Berdasar hipotesis dalam penelitian ini (lihat gambar model penelitian) maka ditransformasikan ke dalam 2 persamaan regresi berikut:

Model regresi linier berganda dapat dilihat pada persamaan di bawah ini :

$$\text{FREK} = a + b_1\text{PER} + b_2\text{MOT} + b_3\text{PRI} + b_4\text{PENG} + b_5\text{GEN} + e \dots\dots\dots(1)$$

$$\text{LW} = a + b_1\text{PER} + b_2\text{MOT} + b_3\text{PRI} + b_4\text{PENG} + b_5\text{GEN} + e \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan :

a = Konstanta

PER = Persepsi manfaat dan kemudahan

MOT = Motivasi

PRI = Privasi

PENG = Pengalaman

GEN = Gender

FREK = Frekuensi

LW = Lama Waktu



3.6. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan hasil dari penelitian sebelumnya, dan mengacu pada hipotesis teori, maka dalam penelitian ini dirumuskan Hipotesis Nol (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_a) kemudian akan dilakukan pengujian terhadap Hipotesis Nol (H_0) tersebut untuk membuktikan apakah Hipotesis Nol (H_0) tersebut ditolak atau diterima. Hipotesis tersebut dapat dinotasikan sebagai berikut:

$H_{01a} : \beta_{1a} \leq 0$; Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan situs web jaringan sosial tidak berpengaruh positif dengan frekuensi penggunaan situs jejaring sosial.

$H_{a1a} : \beta_{1a} > 0$; Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan situs web jaringan sosial berpengaruh positif dengan frekuensi penggunaan situs jejaring sosial.

$H_{01b} : \beta_{1b} \leq 0$; Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan situs web jaringan sosial tidak berpengaruh positif dengan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial.

$H_{a1b} : \beta_{1b} > 0$; Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan situs web jaringan sosial berpengaruh positif dengan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial.

$H_{02a} : \beta_{2a} \leq 0$; Motivasi utilitas interpersonal tidak berpengaruh positif dengan frekuensi penggunaan situs jejaring sosial.

$H_{a2a} : \beta_{2a} \leq 0$; Motivasi utilitas interpersonal berpengaruh positif dengan frekuensi penggunaan situs jejaring sosial.

$H_{02b} : \beta_{2b} \leq 0$; Motivasi utilitas interpersonal tidak berpengaruh positif dengan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial.

$H_{a2b} : \beta_{2b} > 0$; Motivasi utilitas interpersonal berpengaruh positif dengan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial.

$H_{03a} : \beta_{3a} \leq 0$; Kekhawatiran privasi di Internet tidak berpengaruh negatif dengan frekuensi penggunaan situs jejaring sosial.

$H_{a3a} : \beta_{3a} > 0$; Kekhawatiran privasi di Internet berpengaruh negatif dengan frekuensi penggunaan situs jejaring sosial.

$H_{03b} : \beta_{3b} \leq 0$; Kekhawatiran privasi di Internet tidak berpengaruh negatif dengan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial.

$H_{a3b} : \beta_{3b} > 0$; Kekhawatiran privasi di Internet berpengaruh negatif dengan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial.

$H_{04a} : \beta_{4a} \leq 0$; Pengalaman Internet tidak berpengaruh positif dengan frekuensi penggunaan situs jejaring sosial.

$H_{a4a} : \beta_{4a} > 0$; Pengalaman Internet berpengaruh positif dengan frekuensi penggunaan situs jejaring sosial.

$H_{04b} : \beta_{4b} \leq 0;$ Pengalaman Internet tidak berpengaruh positif dengan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial.

$H_{a4b} : \beta_{4b} > 0;$ Pengalaman Internet berpengaruh positif dengan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial.

$H_{05a} : \beta_{5a} \leq 0;$ Laki-laki lebih sering menggunakan situs jejaring sosial dibandingkan wanita.

$H_{a5a} : \beta_{5a} > 0;$ Wanita lebih sering menggunakan situs jejaring sosial dibandingkan laki-laki.

$H_{05b} : \beta_{5b} \leq 0;$ Laki-laki lebih banyak menghabiskan waktu di situs jejaring sosial dibandingkan wanita.

$H_{a5b} : \beta_{5b} > 0;$ Wanita lebih banyak menghabiskan waktu di situs jejaring sosial dibandingkan laki-laki.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Pengumpulan Data

Mahasiswa yang menjadi objek penelitian ini adalah mahasiswa yang menempuh pendidikan Strata 1 atau S1 pada prodi akuntansi FE UII. Kuesioner disebar melalui dua cara, yaitu secara langsung dan melalui link <http://bit.ly/ygqe0Y> yang dibuat dengan bantuan software *google docs*. Kuesioner yang disebar langsung berupa selebaran kertas yang berisi item-item pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya oleh peneliti kemudian disebar di kampus Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Sedangkan kuesioner berupa link disebar oleh peneliti melalui situs jejaring sosial seperti *facebook* dan *twitter*. Kuesioner mulai disebar pada 15 Januari 2012 dan berakhir pada 25 Januari 2012. Total kuesioner yang disebar sebanyak 150. 50 kuesioner disebar secara langsung dan 100 kuesioner disebar melalui link. Dari 150 kuesioner yang disebar, hanya 102 kuesioner yang dapat digunakan oleh peneliti, sedangkan 35 kuesioner sisanya tidak dapat digunakan karena tidak diisi secara lengkap dan diidentifikasi tidak diisi secara serius atau sesungguhnya. Sedangkan 13 kuesioner lainnya tidak kembali. Jumlah sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 100 sampel, sehingga jumlah 102 sampel dianggap telah memenuhi kriteria jumlah sampel minimal.

Tabel 1.1.**Data kuesioner yang disebar**

Keterangan	Jumlah
Kuesioner disebar secara langsung	45
Kuesioner disebar melalui link	105
Kuesioner yang diisi tidak lengkap	35
Kuesioner tidak kembali	13
Kuesioner yang dapat diolah	100
Total kuesioner yang disebar	150

Sumber : data diolah

4.2. Deskripsi Responden**4.2.1. Usia**

Berdasarkan usia responden terdiri dari 3 kategori, yaitu 18-21 tahun, 22-24 tahun, dan 25 > tahun. Dari hasil data yang diperoleh dan digunakan oleh peneliti, sebanyak 66 responden berusia 18-21 tahun, 30 responden berusia 22-24 tahun, dan 4 responden berusia 25 tahun keatas. Adapun informasi lebih lanjut dijelaskan pada tabel 2.1.

Tabel 2.1.**Usia**

Kategori	Keterangan	Jumlah Responden	%
Usia	18-21 tahun	66	66
	22-24 tahun	30	30
	> 25 tahun	4	4

Sumber : data diolah

4.2.2. Jenis Kelamin

Berdasarkan dari jenis kelamin responden terdiri dari 2 kategori, yaitu laki-laki dan perempuan. Dari data yang diterima dan digunakan, peneliti mendapati 46 responden berjenis kelamin laki-laki dan 54 sisanya berjenis kelamin perempuan. Adapun informasi lebih lanjut dijelaskan pada tabel 2.2.

Tabel 2.2.

Jenis Kelamin

Kategori	Keterangan	Jumlah Responden	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	46	46
	Perempuan	54	54

Sumber : data diolah

4.2.3. Frekuensi Penggunaan Situs Jejaring Sosial

Berdasarkan dari frekuensi penggunaan situs jejaring sosial responden terdiri dari 6 kategori, yaitu tidak pernah, jarang sekali, jarang, sering, sering-sering, dan selalu. Dari data yang diterima dan digunakan, 2 responden tidak pernah menggunakan situs jejaring sosial, 6 responden jarang sekali menggunakan situs jejaring sosial, 8 responden jarang menggunakan situs jejaring sosial, 25 responden sering menggunakan situs jejaring sosial, 28 responden sering-sering menggunakan situs jejaring sosial, dan 31 responden selalu menggunakan situs jejaring sosial. Adapun informasi lebih lanjut dijelaskan pada tabel 2.3.

Tabel 2.3.**Frekuensi**

Kategori	Keterangan	Jumlah Responden	%
Frekuensi	Tidak pernah	2	2
	Jarang sekali	6	6
	Jarang	8	8
	Sering	25	25
	Sering-sering	28	28
	Selalu	31	31

Sumber : data diolah

4.2.4. Lama Waktu Penggunaan Situs Jejaring Sosial

Berdasarkan jumlah waktu penggunaan situs jejaring sosial responden terdiri dari 8 kategori, yaitu 0-2 jam/Minggu, 3-5 jam/Minggu, 6-8 jam/Minggu, 9-11 jam/Minggu, 12-14 jam/Minggu, 15-17 jam/Minggu, 18-20 jam/Minggu, dan 21> jam/Minggu. Dari hasil pengumpulan data yang diterima dan digunakan oleh peneliti, sebanyak 6 responden mengakses situs jejaring sosial selama 0-2 jam/Minggu, 6 responden mengakses situs jejaring sosial selama 3-5 jam/Minggu, 11 responden mengakses situs jejaring sosial selama 6-8 jam/Minggu, 16 responden mengakses situs jejaring sosial selama 9-11 jam/Minggu, 12 responden mengakses situs jejaring sosial selama 12-14 jam/Minggu, 11 responden mengakses situs jejaring sosial selama 15-17 jam/Minggu, 15 responden mengakses situs jejaring sosial selama 18-20 jam/Minggu, dan 23 responden mengakses situs jejaring sosial selama lebih dari 21 jam/Minggu. Adapun informasi lebih lanjut dijelaskan pada tabel 2.4.

Tabel 2.4.

Lama Waktu Penggunaan

Kategori	Keterangan	Jumlah Responden	%
Jumlah Penggunaan	0-2 jam/Minggu	6	6
	3-5 jam/Minggu	6	6
	6-8 jam/Minggu	11	11
	9-11 jam/Minggu	16	16
	12-14 jam/Minggu	12	12
	15-17 jam/Minggu	11	11
	18-20 jam/Minggu	15	15
	21 > jam/Minggu	23	23

Sumber : data diolah

4.2.5. Tempat Penggunaan

Berdasarkan tempat penggunaan responden terdiri dari 3 kategori, yaitu kampus, rumah, dan warnet. Dari data yang diperoleh dan digunakan oleh peneliti sebanyak 6 responden mengakses situs jejaring sosial di kampus, 84 responden mengakses situs jejaring sosial di rumah, dan sisanya yaitu 10 responden mengakses situs jejaring sosial di warnet. Adapun informasi lebih lanjut dijelaskan pada tabel 2.5.

Tabel 2.5.

Tempat penggunaan

Kategori	Keterangan	Jumlah Responden	%
Tempat penggunaan	Kampus	6	6
	Rumah	84	84
	Warnet	10	10

Sumber : data diolah

4.3. Validitas dan Reliabilitas

Sebelum melakukan uji hipotesis instrument terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas untuk memenuhi kelayakan. Konsep validitas mengacu apakah alat ukur yang digunakan telah sesuai dengan apakah yang seharusnya diukur. Reliabilitas mengacu pada stabilitas konsistensi akurasi dan ketepatan pengukuran yang dilakukan.

4.3.1 Validitas

Validitas konstruk dalam penelitian ini dinilai dengan konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konvergen mengacu pada keberadaan korelasi antar instrument yang berbeda yang mengukur konstruk yang sama. Validitas diskriminan mengacu pada tidak adanya korelasi antar instrument dengan konstruk yang tidak diukurnya. Validitas konvergen dilihat dari nilai *loading* instrument, rata-rata variansi (AVE). Nilai *loading* merupakan nilai antara konstruk dan instrumen merupakan proporsi variansi dari sebuah item. Validitas dikatakan memiliki nilai yang baik berdasarkan *rule of thumb* jika nilai akar dari AVE untuk konstruk individual lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lain dalam model (Chin, 1998) dan harus lebih besar daripada nilai yang direkomendasikan yaitu 0,70 (Fornell dan Larcker, 1981). AVE *loading* lebih besar dari 0,70 menunjukkan bahwa nilai konstruk paling sedikit 70 persen dari ukuran variance. Untuk mengevaluasi validitas diskriminan digunakan *software* PLS Graph versi 1.0.

Tabel 3.1.

Average variance extracted (AVE)

	Average variance extracted (AVE)	Akar (AVE)
Persepsi	0.708	0.841
Motivasi	0.676	0.822
Privasi	0.720	0.849
Pengalaman	1.000	1.000
Gender	1.000	1.000
Frekuensi	1.000	1.000
Lama Waktu	1.000	1.000

Sumber : data diolah

Dalam Tabel 3.1. terlihat bahwa tidak satupun dari nilai AVE yang nilainya lebih kecil dari pada 0,70. Berdasarkan hasil nilai *loading* AVE dapat disimpulkan bahwa validitas konvergen terpenuhi. Artinya bahwa keberadaan antara korelasi antar instrumen yang berbeda semuanya valid.

Pemenuhan validitas diskriminan dapat dilihat dari nilai *cross loading* konstruk. Jika korelasi indikator konstruk memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi indikator tersebut terhadap konstruk lain, maka dikatakan konstruk memiliki validitas diskriminan yang tinggi (Ghozali, 2006). *Cross loading* konstruk disajikan pada Tabel 3.2. Terlihat jelas bahwa pada tabel 3.2. memiliki validitas diskriminan yang tinggi dikarenakan indikator konstruk memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan korelasi indikator konstruk yang lainnya.

Tabel 3.2.
Cross Loading

	Persepsi	Motivasi	Privasi	Pengalaman	Gender	Frekuensi	Lama Waktu
Frek	0.567	1.392	0.070	0.436	-0.530	1.000	0.684
Gender	-0.117	-0.347	-0.008	-0.086	1.000	-0.214	-0.183
Lama Waktu	0.935	2.572	0.107	0.887	-0.852	1.283	1.000
Mui1	0.503	0.864	-0.017	0.417	-0.340	0.475	0.486
Mui2	0.525	0.858	0.046	0.395	-0.256	0.453	0.470
Mui3	0.387	0.810	0.018	0.365	-0.292	0.433	0.490
Mui4	0.418	0.767	0.105	0.363	-0.317	0.473	0.487
Mui5	0.381	0.809	0.021	0.309	-0.315	0.497	0.387
Mui6	0.533	0.880	0.052	0.373	-0.283	0.497	0.510
Mui7	0.483	0.829	0.021	0.366	-0.296	0.487	0.441
Mui8	0.499	0.754	-0.029	0.283	-0.194	0.389	0.350
Penglm	0.709	2.267	0.133	1.000	-0.445	0.911	0.989
PeOU1	0.839	1.084	0.104	0.325	-0.234	0.576	0.399
PeOU2	0.777	1.187	0.064	0.197	-0.282	0.446	0.405
PeOU3	0.809	0.949	0.037	0.241	-0.308	0.445	0.377
Priv1	0.161	0.108	0.731	0.149	-0.024	0.036	0.042
Priv2	0.109	0.009	0.830	0.119	0.026	0.118	0.035
Priv3	0.043	-0.002	0.893	0.097	-0.010	0.072	0.044
Priv4	0.071	0.254	0.928	0.058	-0.072	0.121	0.137
PU1	0.875	1.393	0.033	0.320	-0.224	0.432	0.467
PU2	0.888	1.071	0.060	0.312	-0.233	0.482	0.454
PU3	0.843	1.183	-0.015	0.270	-0.215	0.400	0.364
PU4	0.856	1.117	0.039	0.249	-0.148	0.414	0.351

Sumber : data diolah

4.3.2 Reliabilitas

Reliabilitas (*reability*) adalah suatu alat pengukur yang menunjukkan akurasi, konsistensi dan ketepatan dari pengukurnya (Jogiyanto, 2004). Konsistensi menunjukkan seberapa baik item-item pernyataan yang mengukur sebuah konsep bersatu menjadi sebuah kumpulan (Sekaran, 2003). Suatu kuesioner dikatakan *reliabel* atau handal jika jawaban seseorang terhadap

pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu (Cooper dan Schindler, 2006). Reliabilitas konstruk dalam penelitian ini akan diukur dengan menggunakan *composite reliability*. Suatu konstruk dikatakan *reliabel* jika nilai *composite reliability* di atas 0,70 (Nunnaly, 1996).

Tabel 3.3.

Composite Reliability

	Composite Reliability
Persepsi	0.944
Motivasi	0.943
Privasi	0.911
Pengalaman	1.000
Gender	1.000
Frekuensi	1.000
Lama Waktu	1.000

Sumber : data diolah

Berdasarkan Tabel 3.3. diatas *Composite reability* menunjukkan nilai yang memuaskan yaitu nilai masing-masing variabel diatas nilai minimum yaitu 0,70. Berdasarkan nilai tersebut menunjukkan konsistensi dan stabilitas instrumen yang digunakan sangat tinggi. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa reliabilitas instrumen terpenuhi.

4.4. Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Pengujian *Inner Model* dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk dan nilai signifikansinya serta nilai *R-square*. Nilai *R-square* digunakan untuk menilai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif. Berikut akan disajikan Tabel nilai *R-square*.

Tabel 4.1.***R-Square***

	R-Square
Frekuensi	0,534
Lama Waktu	0,559

Sumber : data diolah

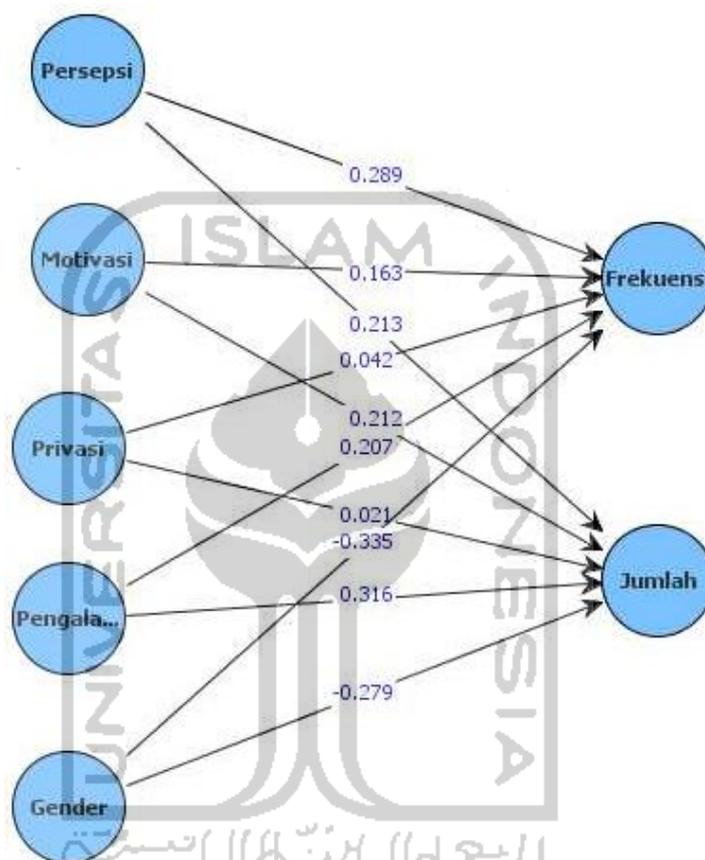
Model memberikan nilai *R-square* sebesar 0,534 pada variabel frekuensi yang berarti bahwa variabel frekuensi dapat dijelaskan oleh variabel persepsi, motifasi, privasi, pengalaman, dan *gender* terhadap variabel frekuensi sebesar 0,534. Kemudian *R-square* sebesar 0,559 pada variabel lama waktu yang berarti bahwa variabel lama waktu dapat dijelaskan oleh variabel persepsi, motifasi, privasi, pengalaman, dan *gender* terhadap variabel jumlah sebesar 0,559.

Selain menilai *inner model* juga melihat hubungan antara konstruk laten dengan memperhatikan hasil estimasi koefisien parameter *path* dan tingkat signifikansinya.

4.5. Hasil Uji Hipotesis

Dari pengolahan data, pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan memperhatikan tingkat signifikansinya dan parameter *path* antara variabel laten. Hipotesis yang diajukan untuk mengetahui hubungan masing-masing konstruk yang dihipotesiskan. Gambar 3 menunjukkan hubungan yang bervariasi. Hubungan positif terjadi pada hampir semua hubungan antar konstruk dengan nilai korelasi yang bervariasi. Sedangkan hubungan negatif hanya terjadi pada

hubungan privasi terhadap frekuensi penggunaan situs jejaring sosial dan privasi terhadap lama waktu penggunaan situs jejaring sosial.



Gambar 4.1. Korelasi Antar Konstruk

Pengambilan keputusan didasarkan pada arah hubungan dan signifikansi dari model pengujian dan korelasi antar konstruk yang ditunjukkan pada Tabel 5.1. Tabel 5.1. merupakan output hasil dari *inner weight* dengan bantuan *software* PLS. Hasil dari *inner weight* ini menunjukkan hubungan korelasi antar konstruk yang menghubungkan antar variabel yang membentuk sebuah hipotesis.

Tabel 5.1.

Signifikansi hubungan antar variabel

	original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	T-Statistic
Persepsi -> Frekuensi	0.289	0.286	0.081	3.550
Motivasi -> Frekuensi	0.163	0.151	0.090	1.819
Privasi -> Frekuensi	0.042	0.008	0.123	0.339
Pengalaman -> Frekuensi	0.207	0.239	0.114	1.818
Gender -> Frekuensi	-0.335	-0.325	0.069	4.847
Persepsi -> lama waktu	0.213	0.192	0.083	2.573
Motivasi -> lama waktu	0.212	0.219	0.098	2.168
Privasi -> lama waktu	0.021	-0.018	0.123	0.173
Pengalaman -> lama waktu	0.316	0.347	0.098	3.214
Gender -> lama waktu	-0.279	-0.269	0.066	4.247

Sumber : data diolah

H_{1a} : Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan situs web jaringan sosial berpengaruh positif dengan frekuensi penggunaan situs jejaring sosial.

Dari Tabel diatas parameter hubungan antara variabel Persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap frekuensi penggunaan situs jejaring sosial adalah sebesar 0,289 dan nilai t statistik sebesar 3,550 (*T-Statistic* > t-tabel yaitu sebesar 1,64) dengan alpha 5%. Sehingga dapat diartikan bahwa Persepsi manfaat dan persepsi kemudahan memberikan pengaruh yang *positif dan signifikan* terhadap frekuensi penggunaan situs jejaring sosial. Hasil konsisten dengan penemuan Chau dan Hu (2002), Hong *et al* (2002), dan Thong *et al* (2002) di dalam penelitian Cha (2010). Hal ini di karenakan bahwa setiap mahasiswa mempunyai kepercayaan bahwa dengan menggunakan situs jejaring sosial dapat

menjadikan pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*), bermanfaat (*usefull*), menambah produktifitas (*Increase productivity*), mempertinggi efektifitas (*enchance efectiveness*) serta meningkatkan kinerja pekerjaanya (*improve job performance*). Dan dengan adanya kemudahan penggunaan dalam mengakses situs jejaring sosial baik berawal dari pemula ataupun pengguna biasa, mahasiswa semakin lebih sering dalam menggunakan situs jejaring sosial. Dengan kata lain hipotesis 1_a terdukung.

H_{1b} : Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan situs web jejaring sosial berpengaruh positif dengan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial.

Dari Tabel diatas parameter hubungan antara variabel Persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap lama waktu penggunaan situs jejaring sosial adalah sebesar 0,213 dan nilai t statistik sebesar 2,573 (*T-Statistic* > t-tabel yaitu sebesar 1,64) dengan alpha 5%. Sehingga dapat diartikan bahwa Persepsi manfaat dan persepsi kemudahan memberikan pengaruh yang ***positif dan signifikan*** terhadap lama waktu penggunaan situs jejaring sosial. Hasil konsisten dengan penemuan Chau dan Hu (2002), Hong *et al* (2002), dan Thong *et al* (2002) di dalam penelitian Cha (2010). Hal ini di karenakan bahwa setiap mahasiswa mempunyai kepercayaan bahwa dengan menggunakan situs jejaring sosial dapat menjadikan pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*), bermanfaat (*usefull*), menambah produktifitas (*Increase productivity*), mempertinggi efektifitas

(*enchanche effectiveness*) serta meningkatkan kinerja pekerjaannya (*improve job performance*). Dan dengan adanya kemudahan penggunaan dalam mengakses situs jejaring sosial baik berawal dari pemula ataupun pengguna biasa, mahasiswa semakin lebih menghabiskan lebih banyak waktu dalam menggunakan situs jejaring sosial. Dengan kata lain hipotesis H_1 terdukung.

H_{2a} : Motivasi utilitas interpersonal berpengaruh positif dengan frekuensi penggunaan situs jejaring sosial.

Dari Tabel diatas parameter hubungan antara variabel motivasi utilitas interpersonal terhadap frekuensi penggunaan situs jejaring sosial adalah sebesar 0,163 dan nilai t statistik sebesar 1,819 (*T-Statistic* > t-tabel yaitu sebesar 1,64) dengan alpha 5%. Sehingga dapat diartikan bahwa motivasi utilitas interpersonal memberikan pengaruh yang ***positif dan signifikan*** terhadap frekuensi penggunaan situs jejaring sosial. Hasil konsisten dengan temuan Peter, *et al.* (2006) di dalam penelitian Cha (2010) bahwa dengan fokus pada *chat room* dapat ditemukan bahwa inklusi sosial, hubungan pemeliharaan, bertemu orang baru, kompensasi sosial, dan hiburan adalah kepuasan untuk menggunakan *chat room*. Dalam penelitian ini, mahasiswa menggunakan *chat room* untuk bersosialisasi dan mencari informasi. Tidak sekedar informasi tentang teman mereka, namun mahasiswa juga mencari informasi tentang kegiatan pembelajaran selama di perkuliahan dan pembelian secara online. Banyak kegiatan yang dilakukan pada

chat room sehingga mahasiswa sering menggunakan dan mengakses situs jejaring sosial. Dengan kata lain hipotesis 2_a terdukung.

H_{2b} : Motivasi utilitas interpersonal berpengaruh positif dengan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial.

Dari Tabel diatas parameter hubungan antara variabel motivasi utilitas interpersonal terhadap lama waktu penggunaan situs jejaring sosial adalah sebesar 0,212 dan nilai t statistik sebesar 2,168 (*T-Statistic* > t-tabel yaitu sebesar 1,64) dengan alpha 5%. Sehingga dapat diartikan bahwa motivasi utilitas interpersonal memberikan pengaruh yang ***positif dan signifikan*** terhadap lama waktu penggunaan situs jejaring sosial. Hasil konsisten dengan temuan Peter, *et al.* (2006) di dalam penelitian Cha (2010) bahwa dengan fokus pada *chat room* dapat ditemukan bahwa inklusi sosial, hubungan pemeliharaan, bertemu orang baru, kompensasi sosial, dan hiburan adalah kepuasan untuk menggunakan *chat room*. Dalam penelitian ini, mahasiswa menggunakan *chat room* untuk bersosialisasi dan mencari informasi. Tidak sekedar informasi tentang teman mereka , namun mahasiswa juga mencari informasi tentang kegiatan pembelajaran selama di perkuliahan dan pembelian secara online. Banyak kegiatan yang dilakukan pada *chat room* sehingga mahasiswa lebih menghabiskan waktu dalam menggunakan dan mengakses situs jejaring sosial. Dengan kata lain hipotesis 2_b terdukung.

H_{3a} : Kekhawatiran privasi di Internet berpengaruh negatif dengan frekuensi penggunaan situs jejaring sosial.

Dari Tabel diatas parameter hubungan antara variabel kekhawatiran privasi terhadap frekuensi penggunaan situs jejaring sosial adalah sebesar 0,042 dan nilai t statistik sebesar 0,339 (*T-Statistic* < t-tabel yaitu sebesar 1,64) dengan alpha 5%. Sehingga dapat diartikan bahwa kekhawatiran privasi memberikan pengaruh yang ***negatif dan tidak signifikan*** terhadap frekuensi penggunaan situs jejaring sosial. Hasil ini konsisten dengan temuan Bart, *et al* (2005) di dalam penelitian Cha, namun ada penambahan dari peneliti. Bart, *et al* (2005) menemukan bahwa privasi merupakan pendorong penting kepercayaan, terutama untuk situs web yang berhubungan dengan komunitas, Namun pada kenyataannya peneliti menemukan bahwa hal ini disebabkan karena ketika mahasiswa akan melakukan penggunaan, pengaksesan, dan pendaftaran pada situs jejaring sosial mereka akan mempertimbangkan juga keamanan informasi yang mereka berikan pada situs jejaring sosial yang dipilih. Mahasiswa yakin bahwa informasi yang diberikan kepada website situs jejaring sosial aman dan tidak disalahgunakan sehingga dapat meningkatkan seringnya penggunaan situs jejaring sosial. Pada dasarnya setiap situs jejaring sosial menyediakan perlindungan secara hukum dan menyediakan keamanan *otentikasi* pada setiap konsumen yang mendaftar. *Otentikasi* yang dimaksud adalah sistem login menggunakan *username* dan *password*. Dari perlindungan hukum dan keamanan yang disediakan oleh situs

jejaring sosial maka akan meningkatkan seringnya penggunaan situs jejaring sosial. Dengan kata lain hipotesis 3_a tidak terdukung.

H_{3b} : Kekhawatiran privasi di Internet berpengaruh negatif dengan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial.

Dari Tabel diatas parameter hubungan antara variabel kekhawatiran privasi terhadap lama waktu penggunaan situs jejaring sosial adalah sebesar 0,021 dan nilai t statistik sebesar 0,173 (*T-Statistic* < t-tabel yaitu sebesar 1,64) dengan alpha 5%. Sehingga dapat diartikan bahwa kekhawatiran privasi memberikan pengaruh yang ***negatif dan tidak signifikan*** terhadap jumlah penggunaan situs jejaring sosial. Hasil ini konsisten dengan temuan Bart, *et al* (2005) di dalam penelitian Cha, namun ada penambahan dari peneliti. Bart, *et al* (2005) menemukan bahwa privasi merupakan pendorong penting kepercayaan, terutama untuk situs web yang berhubungan dengan komunitas, Namun pada kenyataannya peneliti menemukan bahwa hal ini disebabkan karena ketika mahasiswa akan melakukan penggunaan, pengaksesan, dan pendaftaran pada situs jejaring sosial mereka akan mempertimbangkan juga keamanan informasi yang mereka berikan pada situs jejaring sosial yang dipilih. Mahasiswa yakin bahwa informasi yang diberikan kepada website situs jejaring sosial aman dan tidak disalahgunakan. Pada dasarnya setiap situs jejaring sosial menyediakan perlindungan secara hukum dan menyediakan keamanan *autentikasi* pada setiap konsumen yang mendaftar. *Autentikasi* yang dimaksud adalah sistem login menggunakan *username* dan

password. Dari perlindungan hukum dan keamanan yang disediakan oleh situs jejaring sosial maka mahasiswa akan merasa aman dan nyaman dalam menghabiskan waktu dalam mengakses situs jejaring sosial. Dengan kata lain hipotesis 3_b tidak terdukung.

H_{4a} : Pengalaman Internet berpengaruh positif dengan frekuensi penggunaan situs jejaring sosial.

Dari Tabel diatas parameter hubungan antara variabel pengalaman internet terhadap frekuensi penggunaan situs jejaring sosial adalah sebesar 0,207 dan nilai t statistik sebesar 1,818 (*T-Statistic* > t-tabel yaitu sebesar 1,64) dengan alpha 5%. Sehingga dapat diartikan bahwa pengalaman internet memberikan pengaruh yang ***positif dan signifikan*** terhadap frekuensi penggunaan situs jejaring sosial. Hasil konsisten dengan teori Zajonc (1968) di dalam penelitian Cha yang menyatakan bahwa terdapat suatu peningkatan keinginan masyarakat dalam rangsangan yang diberikan oleh perangsang. Hal ini disebabkan karena semakin banyak mahasiswa berpengalaman yang menggunakan situs jejaring sosial membuat mahasiswa lain juga merasakan keinginan dan kenyamanan dalam penggunaan situs jejaring sosial. Sehingga hal tersebut dapat meningkatkan seringnya menggunakan dan mengakses situs jejaring sosial. Dengan kata lain hipotesis 4_a terdukung.

H_{4b} : Pengalaman Internet berpengaruh positif dengan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial

Dari Tabel diatas parameter hubungan antara variabel pengalaman internet terhadap jumlah penggunaan situs jejaring sosial adalah sebesar 0,316 dan nilai t statistik sebesar 3,214 (*T-Statistic* > t-tabel yaitu sebesar 1,64) dengan alpha 5%. Sehingga dapat diartikan bahwa pengalaman internet memberikan pengaruh yang ***positif dan signifikan*** terhadap jumlah penggunaan situs jejaring sosial. Hasil konsisten dengan temuan Aldridge, *et al* (1997) di dalam penelitian Cha yang berpendapat bahwa kemungkinan membeli suatu produk atau barang melalui internet akan meningkatkan penggunaan internet. Hal ini disebabkan Mahasiswa pengguna internet yang berpengalaman, waktu yang mereka habiskan untuk *online* lebih banyak karena keahlian yang mereka peroleh melalui pengalaman, misalnya mencari suatu barang lalu melakukan pembelian secara online di situs *web*. Mahasiswa pengguna situs jejaring sosial yang berpengalaman seharusnya telah belajar bagaimana menggunakan situs jejaring sosial lebih aman. Dengan kata lain hipotesis 4_b terdukung.

H_{5a} : Wanita lebih sering menggunakan situs jejaring sosial dibandingkan laki-laki

Dari Tabel diatas parameter hubungan antara variabel *gender* terhadap frekuensi penggunaan situs jejaring sosial adalah sebesar -0,335 dan nilai t statistik

sebesar 4,847 ($T\text{-Statistic} > t\text{-tabel}$ yaitu sebesar 1,64) dengan alpha 5%. Sehingga dapat diartikan bahwa gender memberikan pengaruh yang *positif dan signifikan* terhadap frekuensi penggunaan situs jejaring sosial. Hasil konsisten dengan temuan Leung (2001) di dalam penelitian Cha (2010). Mahasiswa wanita lebih sering menggunakan situs jejaring sosial dalam hal hiburan dan tetap berhubungan dengan teman dan keluarga mereka. Dengan kata lain hipotesis 5_a terdukung.

H_{5b} : Wanita lebih banyak menghabiskan waktu di situs jejaring sosial dibandingkan laki-laki

Dari Tabel diatas parameter hubungan antara variabel *gender* terhadap jumlah penggunaan situs jejaring sosial adalah sebesar -0,279 dan nilai t statistik sebesar 4,247 ($T\text{-Statistic} > t\text{-tabel}$ yaitu sebesar 1,64) dengan alpha 5%. Sehingga dapat diartikan bahwa pengalaman internet memberikan pengaruh yang *positif dan signifikan* terhadap jumlah penggunaan situs jejaring sosial. Hasil konsisten dengan temuan Leung (2001) di dalam penelitian Cha (2010). Mahasiswa wanita lebih sering dan lebih lama waktu yang dihabiskan pada situs jejaring sosial. Kebanyakan dari mahasiswa wanita melakukan *chatting* pada *messenger* situs jejaring sosial lebih lama dari pada laki-laki. Wanita lebih banyak menghabiskan waktu dalam situs jejaring sosial juga dikarenakan lebih sering curhat dan berbelanja secara online. Dengan kata lain hipotesis 5_b terdukung.

Tabel 5.2.

Hasil uji hipotesis

Hipotesis	Keterangan
H _{1a} : Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan situs web jaringan sosial berpengaruh positif dengan frekuensi penggunaan situs jejaring sosial.	Terdukung
H _{1b} : Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan situs web jaringan sosial berpengaruh positif dengan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial.	Terdukung
H _{2a} : Motivasi utilitas interpersonal berpengaruh positif dengan frekuensi penggunaan situs jejaring sosial.	Terdukung
H _{2b} : Motivasi utilitas interpersonal berpengaruh positif dengan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial.	Terdukung
H _{3a} : Kekhawatiran privasi di Internet berpengaruh negatif dengan frekuensi penggunaan situs jejaring sosial	Tidak terdukung
H _{3b} : Kekhawatiran privasi di Internet berpengaruh negatif dengan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial	Tidak terdukung
H _{4a} : Pengalaman Internet berpengaruh positif dengan frekuensi penggunaan situs jejaring sosial	Terdukung
H _{4b} : Pengalaman Internet berpengaruh positif dengan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial	Terdukung
H _{5a} : Wanita lebih sering menggunakan situs jejaring sosial dibandingkan laki-laki	Terdukung
H _{5b} : Wanita lebih banyak menghabiskan waktu di situs jejaring sosial dibandingkan laki-laki	Terdukung

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian terhadap variabel frekuensi dan jumlah penggunaan situs jejaring sosial pada 100 mahasiswa Prodi Akuntansi FE UII, maka dapat ditarik kesimpulan :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan dengan frekuensi penggunaan situs jejaring sosial. Artinya persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan akan meningkatkan frekuensi penggunaan situs jejaring sosial.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan dengan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial. Artinya persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan akan meningkatkan lama waktu waktu yang dihabiskan dalam penggunaan situs jejaring sosial.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi utilitas interpersonal dengan frekuensi penggunaan situs jejaring sosial. Artinya motivasi utilitas interpersonal akan meningkatkan frekuensi seringnya menggunakan situs jejaring sosial.

4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi utilitas interpersonal dengan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial. Artinya motivasi utilitas interpersonal akan meningkatkan lama waktu waktu yang dihabiskan dalam penggunaan situs jejaring sosial.
5. Terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara kekhawatiran privasi di internet dengan frekuensi penggunaan situs jejaring sosial. Artinya meskipun tingkat kekhawatiran privasi tinggi maupun rendah tidak berpengaruh pada frekuensi penggunaan situs jejaring sosial.
6. Terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara kekhawatiran privasi di internet dengan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial. Artinya meskipun tingkat kekhawatiran privasi tinggi maupun rendah tidak berpengaruh pada lama waktu waktu yang dihabiskan dalam penggunaan situs jejaring sosial.
7. Terdapat hubungan antara pengalaman dengan frekuensi penggunaan situs jejaring sosial. Hal ini disebabkan karena semakin banyak mahasiswa berpengalaman yang menggunakan situs jejaring sosial membuat mahasiswa lain juga merasakan keinginan dan kenyamanan dalam penggunaan situs jejaring sosial sehingga berpengaruh pada frekuensi seringnya penggunaan situs jejaring sosial.

8. Terdapat hubungan antara pengalaman dengan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial. Hal ini disebabkan Mahasiswa pengguna internet yang berpengalaman, waktu yang mereka habiskan untuk *online* lebih banyak karena keahlian yang mereka peroleh melalui pengalaman.
9. Terdapat hubungan antara *gender* dengan frekuensi penggunaan situs jejaring sosial. Mahasiswa wanita lebih sering menggunakan situs jejaring sosial dalam hal hiburan dan tetap berhubungan dengan teman dan keluarga mereka dibandingkan mahasiswa laki-laki.
10. Terdapat hubungan antara *gender* dengan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial. Mahasiswa wanita lebih sering dan lebih lama waktu yang dihabiskan pada situs jejaring sosial dibandingkan dengan mahasiswa laki-laki.

Pada penelitian ini hubungan yang paling terdukung dan signifikan adalah *gender* terhadap frekuensi dan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial. Wanita lebih sering dan berlama-lama dalam menggunakan situs jejaring sosial, hal ini dikarenakan wanita sendiri mempunyai suatu sifat lebih konsumtif daripada laki-laki, dan wanita lebih sering dan berlama-lama dalam menggunakan situs jejaring sosial dikarenakan juga sebagai tempat mereka bercerita kepada

teman-temannya dan keluarga tentang masalah maupun pengalaman atau biasa disebut dengan curhat.

Namun, pada penelitian ini privasi baik itu terhadap frekuensi dan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial tidak terdukung. Ini disebabkan karena dalam penelitian ini menemukan bahwa segala informasi yang diberikan kepada situs jejaring sosial dapat dipercaya, karena situs jejaring sosial menyediakan perlindungan secara hukum serta memberikan *username* dan *password*. Privasi tidak terdukung dalam hubungannya dengan frekuensi dan lama waktu penggunaan situs jejaring sosial kemungkinan dikarenakan juga populasi dan sampel yang didapat masih kurang, sehingga persepsi yang didapat hanya fokus pada suatu bagian kelompok tertentu.

5.2 Implikasi

Penelitian ini akan bermanfaat apabila pihak-pihak yang berhubungan dengan penggunaan situs jejaring sosial menggunakan penelitian ini sebagai bahan perbaikan dan referensi untuk kemajuan penggunaan situs jejaring sosial. Adapun implikasi pada penelitian ini:

1. Memberikan pemahaman pada individu tentang situs jejaring sosial.
2. Penelitian ini diharapkan dapat membantu pengguna situs jejaring sosial untuk meningkatkan penggunaan situs jejaring sosial secara benar dan baik.

3. Dengan mempelajari variabel-variabel yang dibahas dalam penelitian ini, diharapkan pengguna situs jejaring sosial dapat mengetahui apa saja yang menjadi faktor-faktor frekuensi dan jumlah dalam penggunaan situs jejaring sosial.

5.3 Keterbatasan Penelitian

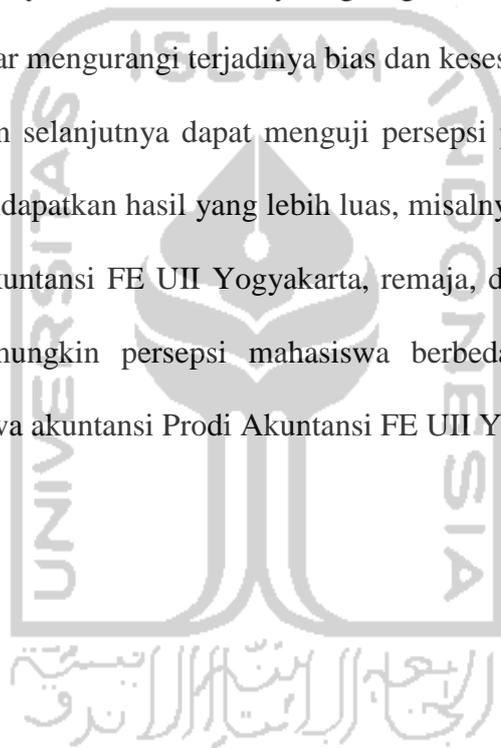
Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang mungkin dapat mempengaruhi hasil dari penelitian ini. Keterbatasan tersebut antara lain :

1. Penelitian ini hanya difokuskan pada mahasiswa yang menggunakan situs jejaring sosial seperti *facebook*, *twitter*, dan *friendster*. Sehingga hasil penelitian ini tidak bisa digunakan untuk situs jejaring sosial lainnya.
2. Data yang dikumpulkan dan dianalisis menggunakan metode kuesioner, sehingga memungkinkan terjadinya pengisian kuesioner responden yang tidak sungguh-sungguh dan menimbulkan hasil yang menyesatkan.
3. Sampel penelitian hanya difokuskan pada mahasiswa Prodi Akuntansi FE UII. Sehingga banyak diantara responden sudah sangat faham tentang penggunaan situs jejaring sosial.

5.4 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian maka dapat diberikan saran bagi penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel yang belum ada pada model penelitian, salah satunya adalah variabel kondisi pemfasilitasan. Karena menurut peneliti variabel kondisi pemfasilitasan mempengaruhi frekuensi dan jumlah penggunaan situs jejaring sosial.
2. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode selain metode kuesioner, yaitu metode survey langsung terhadap pengguna situs jejaring sosial agar mengurangi terjadinya bias dan kesesatan data.
3. Penelitian selanjutnya dapat menguji persepsi populasi selain mahasiswa agar mendapatkan hasil yang lebih luas, misalnya adalah mahasiswa selain Prodi Akuntansi FE UII Yogyakarta, remaja, dan wanita pekerja. Karena sangat mungkin persepsi mahasiswa berbeda dengan persepsi selain mahasiswa akuntansi Prodi Akuntansi FE UII Yogyakarta.



DAFTAR PUSTAKA

- Adam, D.A., R. R. Nelson, dan P.A. Tood. (1992), "*Perceived Usefulness, Ease of Use and Usage of Information Technology: A Replication*", *MIS Quarterly*, 16 (2), 227-250.
- Aldridge, Aldridge, Forcht, Karen, and Pierson, Joan. "*Get linked or get lost: marketing strategy for the Internet*," *Internet Research*, volume 7, number 3, pp. 161–169. 1997.
- Barnes, John. (1954), "*Class and Committees in a Norwegian Island Parish*." *Human Relations*, (7): 39-58.
- Bart Yakov, Venkatesh Shankar, Fareena Sultan, and Glen L. Urban. (2005) "*Are the drivers and role of online trust the same for all Web sites and consumers? A large-scale exploratory empirical study*," *Journal of Marketing*, volume 69, number 4, pp. 133–152.
- Basil, Michael D. (1996), "*Standpoint: The use of student samples in communication research*," *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, volume 40, number 3, pp. 431–440.
- Branca. A.A. (1965), *Psychology: The Science Of Behavior*. Boston: Allyn and Bacon. Inc.
- Bungin, B. (2006), *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kencana, Jakarta.
- Cha, Jiyoung. (2010) "*Factors affecting the frequency and amount of social networking site use: Motivations, perceptions, and privacy concerns*," *First Monday*, volume 15, number 12.
- Chau, Patrick Y.K and Paul J. Hu. (2002) "*An empirical assessment of a modified technology acceptance model*," *Journal of Management Information Systems*, volume 13, number 2, pp. 185–204.
- Cooper, Donald R., & Schindler, Pamela S., *Business Research Methods*, 8th ed, *McGraw-Hill: New York*, 2006.
- Davis, Fred D. (1989) "*Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technologies*," *MIS Quarterly*, volume 13, number 3, pp. 319–340.

- Dinev, Tamara and Hart, Paul. (2004), "Internet privacy concerns and their antecedents — measurement validity and a regression model," *Behaviour & Information Technology*, volume 23, number 6, pp. 413–422.
- Endarmoko, E. (2006). *Bahasa Indonesia*. Jakarta: EGC
- Ghozali, Imam. (2006), *Struktural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Graphic, Visualization, & Usability (GVU) Center, Georgia Institute of Technology, 1998. "GVU's 10th WWW user survey,"* http://www-static.cc.gatech.edu/gvu/user_surveys/survey-1998-10/graphs/ (diakses pada tanggal 2 Desember 2011)
- Hadi, Syamsul. (2006), *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Akuntansi dan Keuangan*. Ekonisia. Yogyakarta.
- Hanjun Ko, Chang–Hoan Cho, and Marilyn S. Roberts. (2005), "Internet uses and gratifications: A structural equation model of interactive advertising," *Journal of Advertising*, volume 34, number 2, pp. 57–70.
- Hartono, Jogyanto. (2004), *Metodelogi Penelitian Bisnis: Salah kaprah dan Pengalaman-pengalaman*, BPFE UGM.
- Hilmi, Da Irfano. "Sejarah dan Pengertian Situs Jejaring Sosial." <http://irfanodahilmi.blogspot.com/2010/01/sejarah-dan-pengertian-situs-jejaring.html> (diakses tanggal 1 Desember 2011)
- Igbaria, M.N., Zinaelli, P.C. and Cavaye, L.M. (1997), "Personal Computing Acceptance Factors In Small Firms: A Structural Equation Model", *MIS Quarterly*, 21 (3), 279-305.
- Khakim, Nur Kharisma, *Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan dan Penggunaan Software Akuntansi MYOB dengan menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*, Skripsi S-1, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang, 2011.
- Leung, Louis. (2001), "College student motives for chatting on ICQ," *New Media & Society*, volume 3, number 4, pp. 483–500. 2001.
- Nazar, M.Rifki. (2008), *Cognitive vs Personality terhadap niat penggunaan Teknologi (Internet)*, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Nazir, Irfan. (2009), *Situs Facebook dan Tindakan Menggunakannya: Studi Korelasional antara Situs Facebook dengan Tindakan Menggunakan*

Mahasiswa FISIP USU Medan, Skripsi S-1, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara, Medan.

- Norazah, Mohd Suki. (2011), *“Gender, Age, and Education: Do They Really Moderate Online Music Acceptance?”* Unversiti Malaysia, Malaysia, 2011.
- Papacharissi, Zizi and Alan, M. Rubin. (2000), *“Predictors of Internet use,” Journal of Broadcasting & Electronic Media*, volume 44, number 2, pp. 175–196.
- Peter, Jochen, Patti M. Valkenburg, and Alexander P. Schouten. (2006) *“Characteristics and motives of adolescents talking with strangers on the Internet and its consequences,” CyberPsychology & Behavior*, volume 9, number 5, pp. 526–530.
- Rachmayani, Lusi Erma, *Studi Penggunaan Social Networking Sebagai Media Pembelajaran bagi Mahasiswa Akuntansi di UPN Veteran Jatim*, Skripsi S-1, Fakultas Ekonomi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Jawa Timur, 2011.
- Ridwan. “Jejaring Sosial(SocialNetworking),<http://www.ridwanforge.net/blog/jejaring-sosial-social-networking> (diakses tanggal 2 Desember 2011)
- Sekaran, Uma. (2006), *Research methods for business*, buku 2 edisi 4, salemba empat, Jakarta.
- Sibarani, Cindy Boru Mintauli, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengendalian Diri Akuntan dan Pengaruhnya Kepada Kekhawatiran Persepsian Melalui Resiko Persepsian Akuntan dalam Situs Jejaring Sosial*, Simposium Nasional Akuntansi 13, 2010.
- Szajna, B. (1994), *“Software evaluation and choice: Predictive Validation of the Technology Acceptance Instrument”*, *MIS Quarterly*, 18, 319-324.
- Tandun, Melisa, *Motivasi Penggunaan Situs Jejaring Sosial dan Kebutuhan Afiliasi: Studi Korelasional tentang Situs Jejaring Sosial Facebook terhadap Pemenuhan Kebutuhan Afiliasi di Kalangan Murid IEC Malaka Medan*, Skripsi S-1, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara, Medan, 2009.
- Wartawarga. “Definisi, Sejarah dan Layanan pada Jejaring Sosial.” <http://wartawarga.gunadarma.ac.id/2009/12/definisi-sejarah-dan-layanan-pada-jejaring-sosial/> (diakses tanggal 4 Desember 2011)

Wikipedia. "Motivasi." <http://id.wikipedia.org/wiki/Motivasi> (diakses tanggal 6 Desember 2011)

Yang, Kenneth C.C. (2005), "*Exploring the factors affecting the adoption of mobile commerce in Singapore*," *Telematics and Informatics*, volume 22, number 3, pp. 257–277.

Young, K. (1956), *Social Psychology*. New York: McGraw-Hill Publisher

Young, Kimberly S. (1998), "*Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder*," *CyberPsychology & Behavior*, volume 1, number 3, pp. 237–244

Zajonc, Robert B. (1968), "*The attitudinal effects of mere exposure*," *Journal of Personality and Social Psychology*, volume 9, number 2, pp. 1–27.



Lampiran 1 : kuesioner penelitian

Kepada:

Yth: Saudara/i

Di Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang dilakukan sebagai penunjang skripsi saya yang berjudul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Frekuensi dan Lama Waktu Penggunaan Situs Jejaring Sosial (Studi kasus pada mahasiswa Prodi Akuntansi FE UII Yogyakarta)” yang disusun sebagai salah satu syarat kelulusan program S1 FE Akuntansi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

Berkaitan dengan hal tersebut, saya mohon bantuan kepada Saudara/i untuk bersedia mengisi kuisisioner sesuai dengan pernyataan-pernyataan yang tertera berikut ini. Bantuan Saudara/i sangat saya harapkan demi keberhasilan penelitian ini. Jawaban dan identitas responden akan terjamin kerahasiaanya.

Atas bantuan dan kesediaan Saudara/i dalam mengisi kuisisioner ini, dengan rendah hati saya ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 14 Januari 2012

Peneliti

(Bayu Aji Pamungkas)

Keterangan :**STS : Sangat tidak Setuju****TS : Tidak Setuju****ATS : Agak Tidak Setuju****AS : Agak Setuju****S : Setuju****SS : Sangat Setuju**

Persepsi Kemudahan Penggunaan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
Sangat mudah untuk menjadi terampil dalam menggunakan situs jejaring sosial.						
Menggunakan situs jejaring sosial merupakan pengalaman yang membuat frustrasi.						
Belajar untuk menggunakan situs jejaring sosial mudah.						
Persepsi Manfaat Penggunaan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
Menggunakan situs jejaring sosial membuat saya lebih efisien.						
Menggunakan situs jejaring sosial mempercepat dalam memperoleh informasi						
Menggunakan situs jejaring sosial mempermudah hidup saya						
Menggunakan situs jejaring sosial berguna bagi kehidupan saya						

Motivasi utilitas interpersonal dalam menggunakan situs jejaring sosial	STS	TS	ATS	AS	S	SS
Saya menggunakan situs jejaring sosial untuk memiliki grup						
Saya menggunakan situs jejaring sosial untuk mengekspresikan diri						
Saya menggunakan situs jejaring sosial untuk bertemu orang						
Saya menggunakan situs jejaring sosial karena saya ingin tahu apa yang orang lain katakan						
Saya menggunakan situs jejaring sosial untuk merasa terlibat dengan apa yang terjadi dengan orang lain						
Saya menggunakan situs jejaring sosial untuk mempererat hubungan saya dengan teman-teman saya						
Saya menggunakan situs jejaring sosial untuk menjaga kontak dengan teman-teman saya						

Saya menggunakan situs jejaring sosial untuk mengetahui hal terbaru dari teman-teman saya						
---	--	--	--	--	--	--

Privasi	STS	TS	ATS	AS	S	SS
Saya khawatir bahwa informasi yang saya berikan di Internet disalahgunakan						
Ketika saya berbelanja online, saya khawatir bahwa informasi kartu kredit bisa dicuri ketika sedang transfer melalui Internet						
Saya khawatir mengirimkan informasi di Internet karena mungkin orang lain juga mengirimkan informasi yang sama						
Saya khawatir mengirimkan informasi di Internet karena dapat disalahgunakan						

Mana dari berikut ini yang pernah anda lakukan :

- Memesan produk atau layanan dari sebuah entitas bisnis, pemerintah atau pendidikan dengan mengisi formulir web
- Membuat pembelian secara online lebih dari Rp 1.000.000,00
- Menciptakan halaman web
- Menyesuaikan halaman web untuk diri sendiri
- Mengubah halaman browser anda
- Mengubah pilihan cookie anda
- Berpartisipasi dalam online chatting atau diskusi
- Mendengarkan siaran radio online
- Membuat panggilan telepon online (misalnya : skype)
- Menggunakan direktori online nasional untuk menemukan alamat atau nomor telepon
- Mengambil seminar atau kelas tentang web atau Internet
- Membeli buku untuk mempelajari lebih lanjut tentang web atau Internet

Lampiran 2 : Perolehan Data Kuesioner

Data kuesioner yang disebar

Keterangan	Jumlah
Kuesioner disebar secara langsung	45
Kuesioner disebar melalui link	105
Kuesioner yang diisi tidak lengkap	35
Kuesioner tidak kembali	13

Usia

Kategori	Keterangan	Jumlah Responden	%
Usia	18-21 tahun	66	66
	22-24 tahun	30	30
	> 25 tahun	4	4

Jenis Kelamin

Kategori	Keterangan	Jumlah Responden	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	46	46
	Perempuan	54	54

Frekuensi

Kategori	Keterangan	Jumlah Responden	%
Frekuensi	Tidak pernah	2	2
	Jarang sekali	6	6
	Jarang	8	8
	Sering	25	25
	Sering-sering	28	28
	Selalu	31	31

Lama Waktu Penggunaan

Kategori	Keterangan	Jumlah Responden	%
Jumlah Penggunaan	0-2 jam/Minggu	6	6
	3-5 jam/Minggu	6	6
	6-8 jam/Minggu	11	11
	9-11 jam/Minggu	16	16
	12-14 jam/Minggu	12	12
	15-17 jam/Minggu	11	11
	18-20 jam/Minggu	15	15
	21 > jam/Minggu	23	23

Tempat Penggunaan

Kategori	Keterangan	Jumlah Responden	%
Tempat penggunaan	Kampus	6	6
	Rumah	84	84
	Warnet	10	10

		Frekuensi	Penggunaan	PeOU1	PeOU2	PeOU3	PU1	PU2
22 - 24 Tahun	Rumah	6	15 - 17 jam	5	3	6	5	5
18 - 21 Tahun	Rumah	6	21 > jam	6	4	6	4	5
18 - 21 Tahun	Rumah	4	6 - 8 jam	3	4	4	3	3
22 - 24 Tahun	Rumah	6	21 > jam	3	4	6	6	6
22 - 24 Tahun	Rumah	6	21 > jam	6	6	6	6	6
22 - 24 Tahun	Rumah	5	15 - 17 jam	4	4	4	4	4
18 - 21 Tahun	Rumah	2	6 - 8 jam	1	2	2	2	2
22 - 24 Tahun	Warnet	5	9 - 11 jam	5	5	6	5	6
22 - 24 Tahun	Warnet	4	12 - 14 jam	4	5	5	5	5
18 - 21 Tahun	Kampus	4	6 - 8 jam	3	4	3	3	3
18 - 21 Tahun	Rumah	5	9 - 11 jam	5	5	6	6	6
18 - 21 Tahun	Rumah	6	21 > jam	5	5	6	4	6
22 - 24 Tahun	Rumah	6	9 - 11 jam	6	4	6	2	3
18 - 21 Tahun	Rumah	3	6 - 8 jam	3	4	3	3	5
22 - 24 Tahun	Rumah	5	18 -20 jam	5	6	6	6	6
22 - 24 Tahun	Warnet	6	3 - 5 jam	6	5	4	5	4
18 - 21 Tahun	Rumah	4	9 - 11 jam	6	4	6	3	4
18 - 21 Tahun	Rumah	6	15 - 17 jam	4	6	6	2	4
18 - 21 Tahun	Rumah	6	9 - 11 jam	6	5	6	4	6
18 - 21 Tahun	Rumah	4	9 - 11 jam	3	4	4	3	3
18 - 21 Tahun	Rumah	1	3 - 5 jam	2	2	2	3	2
22 - 24 Tahun	Warnet	6	9 - 11 jam	6	5	6	6	6
25 > Tahun	Rumah	2	3 - 5 jam	5	5	5	6	6
18 - 21 Tahun	Rumah	6	21 > jam	5	6	4	5	5
18 - 21 Tahun	Rumah	6	21 > jam	5	6	4	5	5

18 - 21 Tahun	Rumah	5	21 > jam	4	4	5	5	5
18 - 21 Tahun	Rumah	5	21 > jam	5	5	6	5	6
18 - 21 Tahun	Rumah	6	21 > jam	6	5	5	5	6
18 - 21 Tahun	Rumah	3	3 - 5 jam	2	1	3	2	3
18 - 21 Tahun	Rumah	6	12 - 14 jam	6	6	6	6	6
22 - 24 Tahun	Kampus	5	9 - 11 jam	5	4	5	5	4
25 > Tahun	Rumah	4	6 - 8 jam	3	3	3	3	3
22 - 24 Tahun	Rumah	2	0 - 2 jam	1	2	1	1	1
18 - 21 Tahun	Rumah	5	18 -20 jam	5	5	5	5	5
18 - 21 Tahun	Warnet	6	12 - 14 jam	6	2	2	3	6
22 - 24 Tahun	Kampus	4	12 - 14 jam	4	3	4	4	4
22 - 24 Tahun	Rumah	3	9 - 11 jam	4	2	5	4	5
18 - 21 Tahun	Rumah	4	9 - 11 jam	4	2	5	3	5
18 - 21 Tahun	Rumah	6	18 -20 jam	6	6	6	5	5
22 - 24 Tahun	Rumah	3	6 - 8 jam	4	3	4	4	3
18 - 21 Tahun	Rumah	3	0 - 2 jam	3	3	3	3	3
18 - 21 Tahun	Rumah	6	21 > jam	6	4	6	4	5
18 - 21 Tahun	Warnet	4	6 - 8 jam	6	5	6	6	6
18 - 21 Tahun	Rumah	2	0 - 2 jam	3	5	5	3	6
18 - 21 Tahun	Rumah	4	6 - 8 jam	6	5	5	5	6
18 - 21 Tahun	Rumah	4	15 - 17 jam	4	5	5	5	5
25 > Tahun	Warnet	4	15 - 17 jam	6	4	6	6	6
22 - 24 Tahun	Rumah	5	21 > jam	5	5	5	5	6
18 - 21 Tahun	Rumah	6	9 - 11 jam	3	3	3	3	3
18 - 21 Tahun	Rumah	5	6 - 8 jam	5	4	5	4	4
22 - 24 Tahun	Rumah	5	15 - 17 jam	3	4	5	4	6
18 - 21 Tahun	Rumah	4	15 - 17 jam	5	4	5	4	4
22 - 24 Tahun	Warnet	5	9 - 11 jam	4	4	4	4	4
18 - 21 Tahun	Rumah	1	3 - 5 jam	3	3	3	2	2
22 - 24 Tahun	Rumah	4	12 - 14 jam	4	4	5	5	6
22 - 24 Tahun	Kampus	4	12 - 14 jam	5	2	4	4	4
18 - 21 Tahun	Kampus	4	15 -17 jam	2	1	2	2	2
18 - 21 Tahun	Rumah	6	9 - 11 jam	5	4	5	5	5
18 - 21 Tahun	Rumah	5	15 - 17 jam	5	4	5	6	5
22 - 24 Tahun	Rumah	6	18 -20 jam	6	5	5	5	6
22 - 24 Tahun	Rumah	4	0 - 2 jam	5	4	5	3	5
22 - 24 Tahun	Rumah	6	21 > jam	5	5	6	5	6
18 - 21 Tahun	Rumah	2	3 - 5 jam	3	3	5	5	5
22 - 24 Tahun	Rumah	2	6 - 8 jam	4	4	4	4	4
22 - 24 Tahun	Rumah	5	18 -20 jam	5	6	6	5	6
22 - 24 Tahun	Rumah	5	18 -20 jam	5	5	5	6	5
18 - 21 Tahun	Rumah	6	18 -20 jam	5	5	5	6	6
18 - 21 Tahun	Rumah	6	21 > jam	6	6	5	5	5
18 - 21 Tahun	Kampus	6	21 > jam	4	4	5	4	5
18 - 21 Tahun	Rumah	5	12 - 14 jam	4	4	6	5	5
22 - 24 Tahun	Rumah	6	21 > jam	5	5	5	6	6
18 - 21 Tahun	Rumah	6	21 > jam	4	4	6	4	4

18 - 21 Tahun	Rumah	3	0 - 2 jam	1	1	1	1	1
18 - 21 Tahun	Rumah	6	21 > jam	5	5	5	5	6
18 - 21 Tahun	Rumah	5	21 > jam	5	5	5	5	6
22 - 24 Tahun	Rumah	5	18 -20 jam	6	5	5	6	5
18 - 21 Tahun	Rumah	3	9 - 11 jam	4	5	4	5	5
18 - 21 Tahun	Rumah	4	15 - 17 jam	6	5	6	5	5
18 - 21 Tahun	Rumah	5	21 > jam	5	5	5	5	5
22 - 24 Tahun	Rumah	6	21 > jam	4	4	3	5	6
18 - 21 Tahun	Rumah	5	18 -20 jam	5	5	5	5	6
18 - 21 Tahun	Warnet	3	0 - 2 jam	5	5	5	3	5
18 - 21 Tahun	Rumah	4	6 - 8 jam	5	5	5	6	6
18 - 21 Tahun	Rumah	4	12 - 14 jam	5	5	6	5	6
18 - 21 Tahun	Rumah	5	18 -20 jam	5	6	5	4	4
18 - 21 Tahun	Rumah	5	18 -20 jam	5	6	5	5	5
18 - 21 Tahun	Rumah	5	18 -20 jam	5	5	5	5	6
18 - 21 Tahun	Rumah	5	18 -20 jam	5	5	5	4	4
18 - 21 Tahun	Rumah	5	18 -20 jam	5	5	5	5	5
18 - 21 Tahun	Rumah	5	18 -20 jam	5	4	5	5	5
22 - 24 Tahun	Rumah	5	12 - 14 jam	5	4	5	5	5
18 - 21 Tahun	Rumah	4	12 - 14 jam	5	4	6	5	5
18 - 21 Tahun	Warnet	4	9 - 11 jam	4	4	4	5	5
18 - 21 Tahun	Rumah	4	12 - 14 jam	4	5	5	5	5
18 - 21 Tahun	Rumah	4	12 - 14 jam	5	4	5	5	4
18 - 21 Tahun	Rumah	4	9 - 11 jam	5	5	5	5	5
18 - 21 Tahun	Rumah	5	15 - 17 jam	5	5	5	5	5
18 - 21 Tahun	Rumah	6	21 > jam	6	6	6	6	6
25 > Tahun	Rumah	6	21 > jam	4	3	4	6	6
18 - 21 Tahun	Rumah	6	21 > jam	6	5	5	6	6

PU3	PU4	Mui1	Mui2	Mui3	Mui4	Mui5	Mui6	Mui7	Mui8
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5
6	6	2	4	2	4	4	5	5	3
2	2	2	2	2	3	2	4	4	3
6	5	6	6	6	1	2	6	6	4
5	5	4	4	5	5	4	5	6	6
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	1	4	3	3	2	2	4	4	4
5	4	2	3	4	3	3	3	3	3
5	3	5	5	5	5	5	5	5	4
3	3	4	5	4	4	4	4	6	5
6	6	5	4	3	2	3	5	5	5
4	4	6	4	4	4	3	5	5	5
2	2	5	5	5	5	5	5	5	1
3	4	6	6	5	5	6	6	5	6
5	5	5	5	4	5	5	6	6	6
4	4	4	4	4	4	6	6	6	6

2	2	3	3	4	4	2	6	5	5
3	4	6	6	6	6	6	6	6	6
4	4	4	4	4	4	5	6	6	4
3	3	3	4	3	4	3	3	3	3
2	2	1	2	2	3	1	2	2	2
6	6	6	6	4	4	4	6	6	6
6	6	5	5	5	4	4	6	5	5
3	4	5	5	6	6	5	6	5	5
3	4	6	6	5	6	5	6	5	5
3	3	5	5	6	6	4	6	6	3
5	5	4	5	5	6	6	6	6	3
5	6	5	5	5	5	5	6	6	6
3	3	1	2	1	1	1	1	4	1
6	6	6	6	6	5	6	6	6	6
5	4	5	5	4	4	5	4	5	5
1	3	2	3	1	3	3	3	3	3
1	1	2	2	3	3	2	2	1	1
5	5	5	5	6	6	6	6	5	5
4	5	1	3	3	2	1	3	4	3
4	4	4	4	4	5	5	5	5	6
4	4	3	2	4	2	3	4	5	4
2	2	2	1	4	2	2	3	3	3
5	5	3	4	5	5	5	4	4	4
4	4	3	3	4	4	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	5	3	3	5	5	5
6	6	5	5	5	5	5	6	6	5
2	4	2	3	3	3	3	3	3	3
6	5	4	4	3	4	4	6	6	5
5	5	4	3	4	4	3	5	5	4
6	5	6	6	6	5	4	6	6	6
5	5	5	5	4	5	4	6	6	5
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	5	4
4	5	4	4	5	4	4	6	6	6
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	3	4	4	5	5	5
3	3	2	3	2	2	2	2	1	2
4	5	4	5	4	4	4	5	5	5
4	4	3	4	3	4	4	6	6	6
2	2	6	6	6	4	6	6	6	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	6	5	6	6	5	6	6
5	5	6	6	6	6	6	6	6	6
4	5	1	3	2	2	2	3	3	3
3	5	2	4	5	4	1	6	5	1
4	4	4	4	5	3	3	5	5	3

4	4	3	3	5	1	1	4	4	4
5	5	5	6	5	4	4	6	6	5
5	5	5	6	4	5	4	6	6	6
6	5	5	6	5	6	6	6	6	5
4	4	6	6	6	4	6	5	5	4
5	5	3	2	5	4	3	6	6	4
3	4	4	5	5	5	3	5	5	5
5	5	5	5	6	1	2	6	6	6
2	2	2	3	3	3	3	5	5	4
1	2	2	2	5	2	5	6	6	6
5	5	5	5	5	5	4	5	5	6
6	5	5	6	4	5	5	6	5	6
5	5	5	6	5	5	5	6	5	6
4	4	3	3	4	3	3	4	4	3
5	4	3	4	3	4	4	5	5	4
4	5	6	6	6	5	6	6	6	5
4	4	2	2	3	2	3	4	4	3
4	4	6	6	6	5	5	6	6	5
4	3	1	2	1	1	1	1	2	2
5	5	4	5	5	4	4	6	6	5
4	4	1	3	4	1	1	6	6	6
4	4	6	6	6	6	6	5	5	5
4	4	4	5	4	5	3	5	6	4
4	4	4	5	4	5	4	5	6	5
4	4	4	5	6	6	6	5	6	5
4	4	4	5	4	3	3	5	5	4
4	4	4	5	6	6	6	6	5	5
4	4	4	5	4	4	4	5	6	4
4	4	4	5	4	4	4	5	5	5
3	4	3	3	3	3	4	4	4	4
4	4	5	5	4	3	3	5	5	5
4	4	4	5	3	4	4	5	5	4
4	4	4	5	3	4	3	5	5	5
4	4	5	5	4	4	4	5	5	5
6	6	4	4	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	5	6	6	6
6	6	5	4	4	4	5	5	5	5

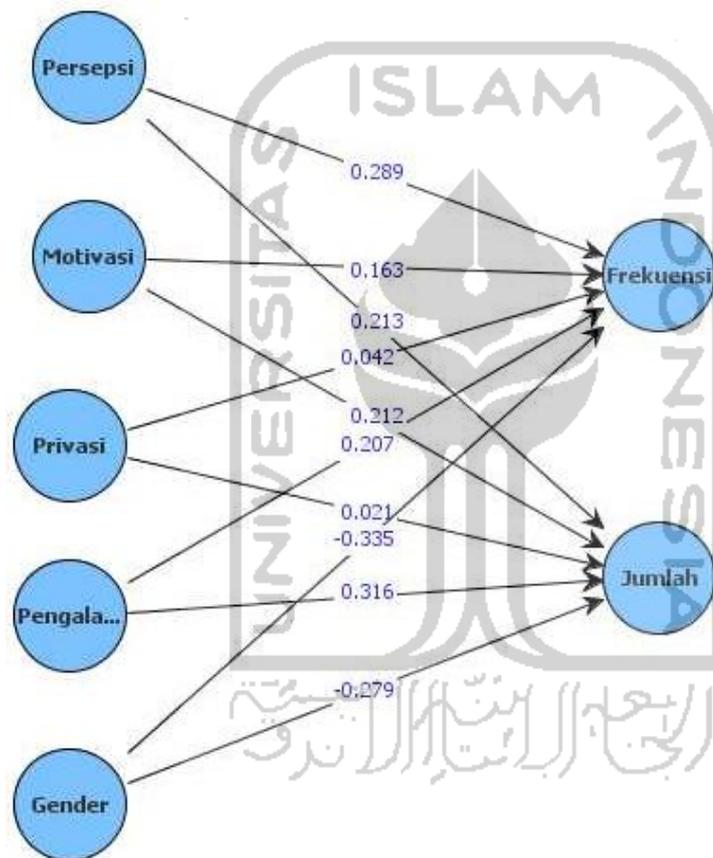
Priv1	Priv2	Priv3	Priv4	Penglm	Gender
4	3	3	3	4	Perempuan
3	5	5	3	5	Perempuan
4	4	3	3	3	Laki-laki
6	3	1	4	5	Perempuan
4	4	4	4	4	Perempuan
4	4	4	4	4	Perempuan
1	1	1	1	1	Laki-laki

6	6	5	5	1	Laki-laki
5	3	3	3	3	Perempuan
4	5	3	3	3	Laki-laki
3	5	3	3	3	Perempuan
5	5	4	5	6	Perempuan
6	6	6	6	5	Perempuan
1	1	1	1	4	Laki-laki
5	4	4	5	8	Perempuan
4	3	4	4	4	Perempuan
6	6	5	5	3	Laki-laki
3	3	3	3	5	Perempuan
4	4	4	4	7	Perempuan
3	2	3	3	3	Laki-laki
6	5	5	5	3	Laki-laki
6	6	3	3	7	Laki-laki
5	5	4	4	1	Laki-laki
4	5	5	5	6	Perempuan
4	5	5	5	7	Perempuan
5	5	5	5	9	Perempuan
6	6	6	5	9	Perempuan
5	4	4	4	9	Laki-laki
5	5	4	3	1	Perempuan
6	3	3	3	6	Laki-laki
3	4	2	4	5	Laki-laki
6	6	6	6	2	Laki-laki
5	5	5	5	1	Laki-laki
5	5	5	5	7	Perempuan
4	5	5	3	7	Laki-laki
4	4	4	4	7	Laki-laki
5	3	4	2	9	Perempuan
3	2	2	2	2	Perempuan
4	4	3	3	4	Perempuan
4	4	4	3	5	Laki-laki
4	4	4	4	1	Laki-laki
5	5	4	4	9	Laki-laki
5	5	5	4	3	Laki-laki
6	6	6	6	1	Laki-laki
6	6	5	6	1	Laki-laki
4	4	4	4	4	Laki-laki
6	5	5	5	9	Laki-laki
4	2	4	5	2	Perempuan
4	4	4	4	4	Perempuan
4	3	3	3	3	Perempuan
2	4	3	3	3	Perempuan
6	5	5	5	5	Perempuan
5	3	2	4	1	Perempuan
5	3	2	3	1	Laki-laki

5	5	4	4	3	Laki-laki
3	3	3	3	4	Laki-laki
3	4	3	3	4	Laki-laki
2	4	4	3	4	Perempuan
5	5	4	4	5	Laki-laki
6	6	6	6	9	Perempuan
6	6	5	3	2	Laki-laki
2	5	6	6	3	Laki-laki
2	2	2	2	4	Laki-laki
4	4	4	4	3	Laki-laki
5	4	5	5	6	Perempuan
5	4	5	5	9	Perempuan
5	5	4	4	9	Perempuan
5	5	5	5	3	Perempuan
5	5	4	3	4	Perempuan
5	4	4	4	5	Perempuan
6	6	1	1	9	Perempuan
3	4	3	4	6	Perempuan
6	6	6	6	1	Laki-laki
5	4	4	5	5	Laki-laki
5	5	4	5	7	Perempuan
6	5	5	5	4	Perempuan
4	3	3	3	4	Laki-laki
4	3	3	3	5	Laki-laki
5	4	5	4	5	Laki-laki
5	4	3	3	7	Laki-laki
5	5	4	4	5	Perempuan
3	4	4	4	1	Laki-laki
5	5	3	2	5	Laki-laki
6	6	5	5	1	Perempuan
3	3	3	3	5	Perempuan
5	5	4	5	7	Perempuan
5	5	3	4	4	Perempuan
5	5	3	4	4	Perempuan
4	4	3	3	5	Perempuan
5	4	4	4	3	Perempuan
4	4	3	3	3	Perempuan
5	5	3	3	4	Laki-laki
5	4	4	4	1	Laki-laki
4	4	3	3	3	Laki-laki
4	5	3	3	3	Laki-laki
5	4	3	3	3	Perempuan
4	4	3	3	3	Perempuan
1	1	1	1	2	Perempuan
6	6	6	6	5	Perempuan
6	4	5	5	3	Perempuan

Lampiran 3 : Hasil Olah Data

Korelasi antar konstruk



SmartPLS report

Date: 01.02.2012

Table of contents (whole)

Bootstrapping results

Table of contents

- [Settings](#)
 - [results for inner weights](#)
 - [results for outer loadings](#)
 - [results for outer weights](#)
 - [outer weights for each sample](#)
 - [outer loadings for each sample](#)
 - [inner weights for each sample](#)
-

Settings

[[CSV-Version](#)]

number of cases in original sample	100
preprocessing option	no changes
cases per sample	100
number of samples	100

[Table of contents](#)

results for inner weights

[[CSV-Version](#)]

	original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	T-Statistic
Persepsi -> Frekuensi	0.289	0.286	0.081	3.550
Motivasi -> Frekuensi	0.163	0.151	0.090	1.819
Privasi -> Frekuensi	0.042	0.008	0.123	0.339
Pengalaman -> Frekuensi	0.207	0.239	0.114	1.818
Gender -> Frekuensi	-0.335	-0.325	0.069	4.847
Persepsi -> Lama Waktu	0.213	0.192	0.083	2.573
Motivasi -> Lama Waktu	0.212	0.219	0.098	2.168
Privasi -> Lama Waktu	0.021	-0.018	0.123	0.173
Pengalaman -> Lama Waktu	0.316	0.347	0.098	3.214
Gender -> Lama Waktu	-0.279	-0.269	0.066	4.247

[Table of contents](#)

results for outer loadings

[[CSV-Version](#)]

	original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	T-Statistic
Persepsi				
PeOU1	0.839	0.839	0.046	18.288
PeOU2	0.777	0.780	0.054	14.443
PeOU3	0.809	0.805	0.052	15.499
PU1	0.875	0.872	0.031	28.648
PU2	0.888	0.884	0.032	27.558
PU3	0.843	0.841	0.027	30.953
PU4	0.856	0.855	0.028	30.471
Motivasi				
Mui1	0.864	0.871	0.019	44.740
Mui2	0.858	0.867	0.027	31.461
Mui3	0.810	0.810	0.045	18.197
Mui4	0.767	0.767	0.076	10.045

Mui5	0.809	0.811	0.050	16.344
Mui6	0.880	0.889	0.026	33.588
Mui7	0.829	0.842	0.027	30.692
Mui8	0.754	0.773	0.057	13.110
Privasi				
Priv1	0.731	0.750	0.222	3.297
Priv2	0.830	0.778	0.226	3.678
Priv3	0.893	0.739	0.280	3.187
Priv4	0.928	0.743	0.274	3.387
Pengalaman				
Penglm	1.000	1.000	0.000	
Gender				
Gender	1.000	1.000	0.000	
Frekuensi				
Frek	1.000	1.000	0.000	
Lama Waktu				
LW	1.000	1.000	0.000	

[Table of contents](#)

results for outer weights

[[CSV-Version](#)]

	original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	T-Statistic
Persepsi				
PeOU1	0.191	0.193	0.023	8.297
PeOU2	0.169	0.173	0.021	7.899
PeOU3	0.167	0.168	0.022	7.695
PU1	0.175	0.178	0.022	8.000
PU2	0.180	0.183	0.018	10.279
PU3	0.145	0.141	0.017	8.446
PU4	0.161	0.154	0.017	9.594
Motivasi				
Mui1	0.145	0.143	0.017	8.453
Mui2	0.155	0.153	0.018	8.365
Mui3	0.159	0.156	0.019	8.288
Mui4	0.152	0.144	0.024	6.317

Mui5	0.132	0.131	0.019	7.064
Mui6	0.176	0.174	0.016	11.361
Mui7	0.174	0.172	0.018	9.804
Mui8	0.121	0.124	0.017	7.011
Privasi				
Priv1	0.145	0.297	0.340	0.427
Priv2	0.289	0.318	0.223	1.299
Priv3	0.214	0.167	0.280	0.765
Priv4	0.498	0.258	0.399	1.249
Pengalaman				
Penglm	1.000	1.000	0.000	
Gender				
Gender	1.000	1.000	0.000	
Frekuensi				
Frek	1.000	1.000	0.000	
Lama Waktu				
LW	1.000	1.000	0.000	

[Table of contents](#)

R-square

[[CSV-Version](#)]

	R-square
Persepsi	
Motivasi	
Privasi	
Pengalaman	
Gender	
Frekuensi	0.534
Lama Waktu	0.559

[Table of contents](#)

Composite Reliability

[[CSV-Version](#)]

	Composite Reliability
Persepsi	0.944
Motivasi	0.943
Privasi	0.911
Pengalaman	1.000
Gender	1.000
Frekuensi	1.000
Lama Waktu	1.000

[Table of contents](#)

Average variance extracted (AVE)

[[CSV-Version](#)]

	Average variance extracted (AVE)	Akar (AVE)
Persepsi	0.708	0.841
Motivasi	0.676	0.822
Privasi	0.720	0.849
Pengalaman	1.000	1.000
Gender	1.000	1.000
Frekuensi	1.000	1.000
Lama Waktu	1.000	1.000

[Table of contents](#)

Cross loadings

[[CSV-Version](#)]

	Persepsi	Motivasi	Privasi	Pengalaman	Gender	Frekuensi	Lama Waktu
Frek	0.567	1.392	0.070	0.436	-0.530	1.000	0.684
Gender	-0.117	-0.347	-0.008	-0.086	1.000	-0.214	-0.183
Lama Waktu	0.935	2.572	0.107	0.887	-0.852	1.283	1.000
Mui1	0.503	0.864	-0.017	0.417	-0.340	0.475	0.486
Mui2	0.525	0.858	0.046	0.395	-0.256	0.453	0.470
Mui3	0.387	0.810	0.018	0.365	-0.292	0.433	0.490
Mui4	0.418	0.767	0.105	0.363	-0.317	0.473	0.487
Mui5	0.381	0.809	0.021	0.309	-0.315	0.497	0.387
Mui6	0.533	0.880	0.052	0.373	-0.283	0.497	0.510
Mui7	0.483	0.829	0.021	0.366	-0.296	0.487	0.441
Mui8	0.499	0.754	-0.029	0.283	-0.194	0.389	0.350
Penglm	0.709	2.267	0.133	1.000	-0.445	0.911	0.989
PeOU1	0.839	1.084	0.104	0.325	-0.234	0.576	0.399
PeOU2	0.777	1.187	0.064	0.197	-0.282	0.446	0.405
PeOU3	0.809	0.949	0.037	0.241	-0.308	0.445	0.377
Priv1	0.161	0.108	0.731	0.149	-0.024	0.036	0.042
Priv2	0.109	0.009	0.830	0.119	0.026	0.118	0.035
Priv3	0.043	-0.002	0.893	0.097	-0.010	0.072	0.044
Priv4	0.071	0.254	0.928	0.058	-0.072	0.121	0.137
PU1	0.875	1.393	0.033	0.320	-0.224	0.432	0.467
PU2	0.888	1.071	0.060	0.312	-0.233	0.482	0.454
PU3	0.843	1.183	-0.015	0.270	-0.215	0.400	0.364
PU4	0.856	1.117	0.039	0.249	-0.148	0.414	0.351

[Table of contents](#)

Correlations of the latent variables

[[CSV-Version](#)]

	Persepsi	Motivasi	Privasi	Pengalaman	Gender	Frekuensi	Lama Waktu
Persepsi	1.000						
Motivasi	0.562	1.000					
Privasi	0.106	0.061	1.000				
Pengalaman	0.386	0.484	0.125	1.000			
Gender	-0.297	-0.345	-0.037	-0.243	1.000		
Frekuensi	0.564	0.544	0.120	0.484	-0.529	1.000	
Lama Waktu	0.539	0.583	0.107	0.572	-0.493	0.723	1.000

