BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. GAMBARAN UMUM OBYEK DAN SUBYEK PENELITIAN

1. Selintas Perjalanan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Sebagai sebuah gerakan sosial keagamaan, Muhammadiyah tidak diragukan lagi merupakan suatu fenomena modern ketika K.H Ahmad Dahlan di Yogyakarta pada tahun 1912. Ciri kemodernan tampak dalam hal pokok yaitu pertama, bentuk gerakan yang terorganisasi, kedua aktivitas pendidikan yang mengacu pada model sekolah modern dengan ukuran zamannya dan ketiga pendekatan teknologis yang digunakan dalam mengembangkan aktivitas organisasi terutama amal usahanya.

Ciri ketiga ini sesungguhnya memberi warna tersendiri bagi berbagai aktivitas Muhammadiyah pada periode awal, baik yang berkaitan dengan pemikiran keagamaan yang dikembangkan maupun yang berhubungan dengan berbagai model aktivitas. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa pendekatan teknologis yang digunakan bertumpu pada memperhitungkan tantangan saat itu dengan memperhitungkan masa depan, bahkan Muhammadiyah sebagai sebuah gerakan adalah jawaban strategi itu sendiri.

Kendatipun Muhammadiyah lahir sebagai perwujudan didirikan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) asiak awal dari suatu

pemikiran yang mendalam, jawaban yang kemudian berkembang sampai saat ini.

Awal berdirinya , Rektor UMY dipercayakan kepada Brigjen. TNI (Purn) Bakri Syaid, yang saat itu sudah selesai masa tugasnya sebagai Rektor IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Ia bekerja keras membangun Universitas yang masih balita itu. Rektor berikutnya dipercayakan pada Ir. H.M Dasron Hamid, M.Sc. akan tetapi karena proses permintaan izin mentri belum selesai, maka ditunjuk seorang sesepuh Muhammadiyah, yaitu H.M.H Mawardi untuk menjadi Rektor. Setelah izin mentri, ditetapkanlah kembali Ir. H.M Dasron Hamid, M.Sc. yang juga seorang tokoh Muhammadiyah menjadi Rektor UMY periode ketiga. Prof. Dr. H. Ahmad Mursyid, M.Sc. menjabat Rektor periode keempat.

a. Visi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Menjadi Universitas yang unggul dalam pengembangan ilmu dan teknologi dengan berlandaskan nilai-nilai Islam untuk kemaslahatan umat.

b. Misi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

1. Meningkatkan harkat manusia dalam upaya meneguhkan nilai-nilai kemanusiaan dan peradaban
2. Berperan sebagai pusat pengembangan Muhammadiyah
3. Mendukung pengembangan Yogyakarta sebagai wilayah yang

4. Menyelenggarakan pendidikan, penelitian, dan pengembangan masyarakat secara profesional
5. Mengembangkan peserta didik agar menjadi lulusan yang berakhlak mulia, berwawasan dan berkemampuan tinggi dalam ilmu pengetahuan dan teknologi

2. Gambaran Umum *Facebook*

Diluncurkan pertama kali pada tanggal 4 Februari 2004 oleh Mark Zuckerberg sebagai media untuk saling mengenal bagi para mahasiswa Harvard. Dalam waktu dua minggu setelah diluncurkan, separuh dari semua mahasiswa Harvard telah mendaftar dan memiliki account di *Facebook*. Tak hanya itu, beberapa kampus lain di sekitar Harvard pun meminta untuk dimasukkan dalam jaringan *Facebook*. Dalam dua bulan selanjutnya, keanggotaannya diperluas ke sekolah lain di wilayah Boston (Boston College, Boston University, MIT, Tufts), Rochester, Stanford, NYU, Northwestern, dan semua sekolah yang termasuk dalam Ivy League.

Zuckerberg pun akhirnya meminta bantuan dua temannya untuk membantu mengembangkan *Facebook* dan memenuhi permintaan kampus-kampus lain untuk bergabung dalam jaringannya. Dalam waktu 4 bulan semenjak diluncurkan *Facebook* telah memiliki 30 kampus dalam

Dengan kesuksesannya tersebut, Zuckerberg beserta dua orang temannya memutuskan untuk pindah ke Palo Alto dan menyewa apartemen di sana. Setelah beberapa minggu di Palo Alto. Zuckerberg berhasil bertemu dengan Sean Parker (cofounder Napster), dan dari hasil pertemuan tersebut Parker pun setuju pindah ke apartemen *Facebook* untuk bekerja sama mengembangkan *Facebook*. Tidak lama setelah itu, Parker berhasil mendapatkan Peter Thiel (cofounder Paypal) sebagai investor pertamanya. Thiel menginvestasikan 500 ribu US Dollar untuk pengembangan *Facebook*, akhirnya orang-orang yang memiliki alamat email universitas (seperti .edu, .ac.uk, dll) dari seluruh dunia dapat juga bergabung dengan situs ini.

Hingga Juli 2007, situs ini memiliki jumlah pengguna terdaftar paling besar di antara situs-situs yang berfokus pada sekolah dengan lebih dari 34 juta anggota aktif yang dimilikinya dari seluruh dunia. Dari September 2006 hingga September 2007, peringkatnya naik dari posisi ke-60 ke posisi ke-7 situs paling banyak dikunjungi, dan merupakan situs nomor satu untuk foto di Amerika Serikat, mengungguli situs publik lain seperti Flickr, dengan 8,5 juta foto dimuat setiap harinya (http://id.wikipedia.org/wiki/Facebook).

Facebook menemui masalah dalam beberapa tahun terakhir seperti pemblokiran pada negara Suriah, Iran dan beberapa tempat kerja agar para pekerja tidak menyalahgunakan waktu kerjanya untuk membuka *Facebook*. Dan masalah tentang tuduhan bahwa Zuckerber mencuri kode program dari teman-temannya untuk membuat *Facebook*. *Facebook* juga pernah ditawar oleh

yahoo senilai $ 1 miliar dan kemudian oleh seorang anggota dewan *Facebook,* menunjukkan bahwa *Facebook* internal valuation adalah sekitar $ 8 miliar berdasarkan proyeksi pendapatan sebesar $ 1 miliar pada tahun 2015.

3. Gambaran Umum *Twitter*

Twitter adalah suatu situs web jejaring sosial dan *mikro-blog* yang memberikan fasilitas bagi pengguna untuk mengirimkan "pembaharuan" berupa tulisan teks dengan panjang maksimum 140 karakter melalui SMS, pengirim pesan instan, surat elektronik, atau aplikasi seperti *Twitterrific* dan *Twitbin. Twitter* didirikan pada Maret 2006 oleh perusahaan rintisan Obvious Corp. Kata *Twitter* secara harfiah berarti 'berkicau'. Situs ini mempunyai konsep *mikro-blog* dalam penggunaannya. Di Indonesia situs jejaring sosial ini mempunyai pengguna aktif yang cukup banyak.

Kesuksesan Twitter membuat banyak situs lain meniru konsepnya, kadang menawarkan layanan spesifik lokal suatu negara atau menggabungkan dengan layanan lainnya. Suatu sumber bahkan menyebutkan bahwa paling tidak ada 111 situs web yang memiliki layanan mirip dengan *Twitter. Twitter* bisa menjadi sangat populer karena kesederhanaan dalam menjawab tantangan sebuah media sosial untuk saling berkomunikasi secara lebih simpel antar pengguna, begitulah alasan kenapa *Twitter* bisa sangat populer di Amerika

4. Gambaran Umum Subyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 13 Desember 2010 dengan menyebarkan kuesioner kepada responden penelitian, tempat penyebaran kuesioner dilakukan di Fakultas Ekonomi, Agama Islam, Hukum dan Isipol serta Fakultas Kedokteran dan Fakultas Teknik UMY. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa UMY yang menggunakan kedua situs jejaring sosial *Facebook* dan *Twitter*. Target jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 responden. Agar meminimumkan tingkat kesalahan dalam pengisian kuesioner, peneliti langsung memeriksa kelengkapan pengisian kuesioner. Sehingga *response rate* sebesar 100% setelah terkumpul 100 kuesioner, kemudian dilakukan analisis untuk memperoleh karakteristik responden yaitu berdasarkan umur, dan fakultas. Karakteristik responden lebih lengkap ditunjukkan pada tabel 4.1

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah Responden	
		Frequency	Valid Percent (%)
1	17	5	5%
2	18	16	16%
3	19	22	22%
4	20	20	20%
5	21	20	20%
6	22	10	10%
7	23	4	4%
8	24	3	3%
	Total	100	100%

Sumber: data diolah, 2011, lampiran 2

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dijelaskan bahwa responden terbanyak adalah yang berumur 19 tahun yaitu berjumlah 22 orang atau sebesar 22%. Responden paling sedikit adalah yang berumur 24 tahun yaitu berjumlah 3 orang atau sebesar 3%.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas

No	Fakultas	Jumlah Responden	
		Frequency	Valid Percent (%)
1	Agama Islam	8	8%
2	Ekonomi	28	28%
3	Hukum	4	4%
4	Isipol	37	37%
5	Kedokteran	18	18%
6	Teknik	5	5%
	Total	100	100%

Sumber: data diolah, 2011, lampiran 2

Berdasarkan table 4.2 menunjukan bahwa sebagian besar responden adalah mahasiswa Isipol yaitu berjumlah 37 orang atau 37%. Dan responden paling sedikit adalah mahasiswa Hukum yang berjumlah 4 orang atau 4%.

B. UJI KUALITAS INSTRUMEN

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan maksud untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu instrument penelitian. Pengujian validitas dilakukan dengan *Product Moment Pearson*. Hasil uji validitas pada tabel hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan pada total skor p *value* < 0,05

hal ini menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan adalah valid, sehingga dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	P value	Keterangan
Manfaat	X1.1	0.000	Valid
	X1.2	0.000	Valid
	X1.3	0.000	Valid
	X1.4	0.000	Valid
	X1.5	0.000	Valid
	X1.6	0.000	Valid
Kemudahan	X2.1	0.000	Valid
	X2.2	0.000	Valid
	X2.3	0.000	Valid
	X2.4	0.000	Valid
	X2.5	0.000	Valid
Minat berperilaku	Y1.1	0.000	Valid
	Y1.2	0.000	Valid
	Y1.3	0.000	Valid

Sumber: data diolah,2011, lampiran 3

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator variabel dengan melihat *cronbach alpha*. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan tersebut adalah konsisten dari waktu ke waktu. Suatu instrument dikatakan reliabel jika memiliki nilai *cronbach alpha* >0,6. Hasil uji realibilitas ditunjukan pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Manfaat	0.808	Reliabel
Kemudahan	0.888	Reliabel
Minat Berperilaku	0.735	Reliabel

Sumber: data diolah, 2011, lampiran 4

Berdasarkan hasil analisi pada tabel 4.4 diperoleh nilai *cronbach alpha* untuk tiap-tiap variabel yang melebihi nilai yang disyaratkan yaitu >0.6. sehingga dapat diambil suatu kesimpulan bahwa seluruh instrument adalah reliabel atau konsisten dari waktu ke waktu dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

C. HASIL PENELITIAN (UJI HIPOTESIS)

1. Analisis Regresi Linier Berganda

a. Persamaan Regresi

Pengujian regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian Regresi berganda dilakukan untuk menganalisis pengaruh variabel manfaat dan kemudahan terhadap minat berperilaku mahasiswa dalam menggunakan situs jejaring sosial *Facebook* dan *Twitter*

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh ditunjukan pada Tabel 4.5 dan 4.6.

Tabel 4.5
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda(*Facebook*)

Variabel	*Standardized Coefficients Beta*	t	Sig
Manfaat (X1)	0.504	5.620	0.000
Kemudahan (X2)	0.265	2.955	0.004

Sumber: data diolah, 2011, lampiran 5

Berdasarkan *Standardized Coefficient Beta* dapat dinyatakan persamaan sebagai berikut:

$Y = 0.504\ X_1 + 0.265X_2$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

a. Koefisien manfaat (β_1) sebesar 0.504 angkanya positif, artinya jika manfaat (X_1) meningkat maka minat berperilaku (Y) dalam menggunakan situs jejaring sosial *Facebook* akan meningkat. Sebaliknya, jika manfaat (X_1) menurun, maka minat berperilaku dalam menggunakan situs jejaring sosial *Facebook* akan menurun.

b. Koefisien kemudahan (β_2) sebesar 0.265 angkanya positif, artinya jika kemudahan (X_2) meningkat maka minat berperilaku (Y) dalam menggunakan situs jejaring sosial *Facebook* akan meningkat

Sebaliknya, jika kemudahan (X_2) menurun, maka minat berperilaku dalam menggunakan situs jejaring sosial *Facebook* akan menurun.

Variabel dominan dalam pengujian ini adalah variabel manfaat. Kriteria variabel dominan adalah *Standardized Coefficients Beta* terbesar (0.504), t hitung terbesar (5.620) dan sig paling kecil (0.000).

Tabel 4.6
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda(*Twitter*)

Variabel	*Standardized Coefficients Beta*	t	Sig
Manfaat (X1)	0.554	5.757	0.000
Kemudahan (X2)	0.243	2.523	0.013

Sumber: data diolah, 2011, lampiran 5

Berdasarkan *Standardized Coefficient Beta* dapat dinyatakan persamaan sebagai berikut:

$Y = 0{,}554\ X_1 + 0{,}243X_2$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

a. Koefisien manfaat (β_1) angkanya positif, artinya jika manfaat (X_1) meningkat maka minat berperilaku (Y) dalam menggunakan situs jejaring sosial *Twitter* akan meningkat. Sebaliknya, jika manfaat

(X_1) menurun, maka minat berperilaku dalam menggunakan situs jejaring sosial *Twitter* akan menurun.

b. Koefisien kemudahan (β_2) angkanya positif, artinya jika kemudahan (X_2) meningkat maka minat berperilaku (Y) dalam menggunakan situs jejaring sosial *Twitter* akan meningkat. Sebaliknya, jika kemudahan (X_2) menurun, maka minat berperilaku dalam menggunakan situs jejaring sosial *Twitter* akan menurun.

Variabel dominan dalam pengujian ini adalah variabel manfaat. Kriteria variabel dominan adalah *Standardized Coefficients Beta* terbesar (0.554), t hitung terbesar (5.757) dan sig paling kecil (0.000).

b. Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien (R^2) determinasi dilakukan untuk mengetahui presentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi adalah antara 0 sampai 1. Semakin mendekati nol maka semakin kecil pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, sebaliknya semakin mendekati satu maka semakin besar pengaruhnya variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan

Tabel 4.7
Pengujian Koefisien Determinasi (*Facebook*)

Model	R	R *square*	*Adjusted R square*
1	0.692	0.479	0.469

Sumber: data diolah, 2011, lampiran 5

Berdasarkan Tabel 4.7 diperoleh nilai koefisien *Adjusted R square* sebesar 0,469, hal ini berarti variasi variabel dependen bisa dijelaskan oleh variasi variabel independen sebesar 0,469 atau sebesar 46,9%, sedangkan sisanya sebesar 53,1% dipengaruhi oleh variasi variabel lain di luar model penellitian.

Tabel 4.8
Pengujian Koefisien Determinasi (*Twitter*)

Model	R	R *square*	*Adjusted R square*
1	0.746	0.556	0.547

Sumber:data diolah, 2011, Lampiran 5

Berdasarkan 4.8 diperoleh nilai koefisien *Adjusted R square* sebesar 0,547, hal ini berarti variasi variabel dependen bisa dijelaskan oleh variasi variabel independen sebesar 0,547 atau sebesar 54,7%, sedangkan sisanya sebesar 45,3% dipengaruhi oleh variasi variabel lain di luar model penellitian.

2. Uji F (Uji Simultan)

Uji F untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yaitu manfaat dan kemudahan berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yaitu minat berperilaku mahasiswa dalam menggunakan situs jejaring sosial *Facebook* dan *Twitter*. Uji F dilakukan untuk menguji hipotesis 1 dan 2. Hasil uji F ditunjukan pada Tabel 4.9 dan 4.10.

Tabel 4.9
Hasil Uji F (*Facebook*)

Variabel independen	Variabel Dependen	F	Sig
Manfaat Kemudahan	Minat berperilaku	44.639	0.000

Sumber: data diolah, 2011, lampiran 5

Berdasarkan hasil analisis data pada Tabel 4.9 diperoleh nilai *p value* pada uji F sebesar 0.000 (signifikan), karena lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0.05. Hal ini berarti bahwa variabel independen yaitu manfaat dan kemudahan secara serempak atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat

Tabel 4.10
Hasil Uji F (*Twitter*)

Variabel independen	Variabel Dependen	F	Sig
Manfaat Kemudahan	Minat berperilaku	60.816	0.000

Sumber: data diolah, 2011, lampiran 5

Berdasarkan hasil analisis data pada Tabel 4.10 diperoleh nilai *p value* pada uji F sebesar 0.000 (signifikan), karena lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0.05. Hal ini berarti bahwa variabel independen yaitu manfaat dan kemudahan secara serempak atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat berperilaku mahasiswa dalam menggunakan situs jejaring sosial *twitter*. (hipotesis dua diterima).

3. Uji t (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen yaitu variabel manfaat dan kemudahan secara parsial terhadap variabel dependen yaitu variabel minat berperilaku. Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis 3, hipotesis 4, hipotesis 5 dan hipotesis 6. Hasil uji t ditujukan pada Tabel 4.11 dan 4.12

Tabel 4.11
Hasil Uji t (*Facebook*)

Variabel	t	Sig	Ket
Manfaat	5.620	0.000	Signifikan
Kemudahan	2.955	0.004	Signifikan

Sumber: data diolah, 2011, lampiran 5

Pengujian hipotesis ketiga dilakukan untuk menguji variabel manfaat terhadap minat berperilaku mahasiswa UMY dalam menggunakan situs jejaring sosial *Facebook*. Berdasarkan hasil analisis data pada tabel diperoleh nilai signifikansi pada variabel manfaat sebesar 0.000 (signifikan) karena nilai signifikansi < 0.05. hal ini berarti bahwa secara parsial variabel manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berperilaku mahasiswa UMY dalam menggunakan situs jejaring sosial *Facebook* . (hipotesis tiga diterima). Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Heru Kurnianto Tjahjono (2008) yang menyatakan bahwa manfaat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berperilaku dosen dalam menggunakan *e-learning*.

Pengujian hipotesis kelima dilakukan untuk menguji variabel kemudahan terhadap minat berperilaku mahasiswa UMY dalam menggunakan situs jejaring sosial *Facebook*. Berdasarkan hasil analisis data pada tabel 4.7 diperoleh nilai signifikansi pada variabel kemudahan 0.004 (signifikan)

karena nilai signifikansi ≤ 0.05. Hal ini berarti bahwa variabel kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berperilaku mahasiswa UMY dalam menggunakan situs jejaring sosial *Facebook.* (hipotesis kelima diterima). Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Heru Kurnianto Tjahjono (2008) yang menyatakan bahwa kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berperilaku dosen dalam menggunakan *e-learning.*

Tabel 4.12
Hasil Uji t (*Twitter*)

Variabel	t	Sig	Ket
Manfaat	5.757	0.000	Signifikan
Kemudahan	2.523	0.013	Signifikan

Sumber: data diolah, 2011, lampiran 5

Pengujian hipotesis keempat dilakukan untuk menguji variabel manfaat terhadap minat berperilaku mahasiswa UMY dalam menggunakan situs jejaring sosial *Twitter*. Berdasarkan hasil analisis data pada tabel diperoleh nilai signifikansi pada variabel manfaat sebesar 0.000 (signifikan) karena nilai signifikansi < 0.05. hal ini berarti bahwa secara parsial variabel manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berperilaku mahasiswa UMY dalam menggunakan situs jejaring sosial *Twitter*. (hipotesis empat diterima). Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang

yang dilakukan oleh Heru Kurnianto Tjahjono , (2008) yang menyatakan bahwa manfaat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berperilaku dosen dalam menggunakan *e-learning*.

Pengujian hipotesis keenam dilakukan untuk menguji variabel kemudahan terhadap minat berperilaku mahasiswa UMY dalam menggunakan situs jejaring sosial *Twitter*. Berdasarkan hasil analisis data pada tabel 4.8 diperoleh nilai signifikansi pada variabel kemudahan 0.013 (signifikan) ujikarena nilai signifikansi ≤ 0.05. Hal ini berarti bahwa variabel kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berperilaku mahasiswa UMY dalam menggunakan situs jejaring sosial *Twitter*. (hipotesis keenam diterima). Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Heru Kurnianto Tjahjono (2008) yang menyatakan bahwa kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berperilaku dosen dalam menggunakan *e-learning*.

D. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data pada pengujian hipotesis pertama yang dilakukan secara simultan diperoleh nilai signifikansi *p-value* pada uji F sebesar 0.000 (signifikan) lebih kecil dari taraf yang ditentukan 0.05. Hal ini berarti variabel manfaat dan kemudahan secara simultan atau serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berperilaku mahasiswa UMY dalam

situs jejaring sosial *Facebook* dapat bermanfaat dan mudah digunakan, sehingga semakin tinggi manfaat dan semakin mudah penggunaan situs jejaring sosial *Facebook* maka minat berperilaku menggunakan situs tersebut semakin besar.

Berdasarkan hasil analisis data pada pengujian hipotesis kedua yang dilakukan secara simultan diperoleh nilai signifikansi *p-value* pada uji F sebesar 0.000 (signifikan) lebih kecil dari taraf yang ditentukan 0.05. Hal ini berarti variabel manfaat dan kemudahan secara simultan atau serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berperilaku mahasiswa UMY dalam menggunakan Situs Jejaring Sosial *Twitter*. Mahasiswa berpendapat bahwa situs jejaring sosial *Twitter* dapat bermanfaat dan mudah digunakan, sehingga semakin tinggi manfaat dan semakin mudah penggunaan situs jejaring sosial Twitter maka minat berperilaku menggunakan situs tersebut semakin besar.

Berdasarkan hasil analisis data pada pengujian hipotesis ketiga diperoleh nilai signifikansi pada variabel manfaat sebesar 0.000 (signifikan) lebih kecil dari taraf yang ditentukan yaitu 0.05. Hal ini berarti bahwa variabel manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berperilaku mahasiswa UMY dalam menggunakan situs jejaring sosial *Facebook*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat mahasiswa menggunakan *Facebook* sangat tinggi karena manfaat yang diperoleh. Beberapa mahasiswa menyatakan bahwa situs jejaring sosial *Facebook* sangat membantu dalam memperoleh informasi karena

tentang masalah perkuliahan. Dengan menggunakan *Facebook* informasi akan lebih mudah dsampaikan atau lebih mudah diperoleh.

Berdasarkan hasil analisis data pada pengujian hipotesis keempat diperoleh nilai signifikansi pada variabel manfaat sebesar 0.000 (signifikan) lebih kecil dari taraf yang ditentukan yaitu 0.05. Hal ini berarti bahwa variabel manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berperilaku mahasiswa UMY dalam menggunakan situs jejaring sosial *Twitter*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat mahasiswa menggunakan *Twitter* sangat tinggi karena manfaat yang diperoleh. Beberapa mahasiswa menyatakan bahwa situs jejaring sosial *Twitter* sangat membantu dalam memperoleh informasi karena bisa *share* situs yang berkaitan dengan tugas-tugas perkuliahan dan berdiskusi tentang masalah perkuliahan. Dengan menggunakan *Twitter* informasi akan lebih mudah dsampaikan atau lebih mudah diperoleh.

Berdasarkan hasil analisis data pada hipotesis kelima diperoleh nilai signifikansi pada variabel kemudahan sebesar 0.004 (signifikan) lebih kecil dari taraf yang ditentukan yaitu 0.05. Hal ini berarti variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berperilaku mahasiswa UMY dalam menggunakan Situs Jejaring Sosial *Facebook*. Kemudahan dalam penggunaan suatu teknologi merupakan faktor yang mendorong seseorang untuk menerima dan menggunakan suatu teknologi, karena dengan adanya kemudahan seseorang percaya dalam menggunakan teknologi informasi akan terbebas dari usaha.

mudah dipahami. Maka hasil penelitian ini menunjukan bahwa minat berperilaku mahasiswa UMY dalam menggunakan Situs Jejaring Sosial *Facebook* dipengaruhi oleh kemudahan dalam penggunaannya.

Berdasarkan hasil analisis data pada hipotesis keenam diperoleh nilai signifikansi pada variabel kemudahan sebesar 0.013 (signifikan) lebih kecil dari taraf yang ditentukan yaitu 0.05. Hal ini berarti variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berperilaku mahasiswa UMY dalam menggunakan Situs Jejaring Sosial *Twitter*. Kemudahan dalam penggunaan suatu teknologi merupakan faktor yang mendorong seseorang untuk menerima dan menggunakan suatu teknologi, karena dengan adanya kemudahan seseorang percaya dalam menggunakan teknologi informasi akan terbebas dari usaha. Kemudahan yang bisa didapat yaitu merubah bahasa, menu yang sederhana dan mudah dipahami. Maka hasil penelitian ini menunjukan bahwa minat berperilaku mahasiswa UMY dalam menggunakan Situs Jejaring Sosial *Twitter* dipengaruhi oleh kemudahan dalam penggunaannya.

Berdasarkan hasil analisis data dari persamaan regresi berganda didapat variabel paling dominan yaitu variabel manfaat. Karena banyak manfaat yang dapat diambil dari *Facebook* dan *Twitter* yaitu membantu dalam memperoleh informasi karena bisa *share* situs yang berkaitan dengan tugas-tugas perkuliahan dan berdiskusi tentang masalah perkuliahan sehingga mempengaruhi minat berperilaku seseorang untuk menggunakan kedua situs tersebut.

Koefisien *Adjusted R Square* (*Facebook*) yang diperoleh 0.469 hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu variabel manfaat dan kemudahan mampu menjelaskan variasi variabel dependen yaitu variabel minat berperilaku sedangkan sisanya sebesar 0.531 dijelaskan oleh variabel lain dari model penelitian. Dari variabel penelitian lain tersebut yang sebesar mungkin bisa ditambahkan variabel independen yang bisa mempengaruhi variabel minat berperilaku. Oleh karena itu bagi peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel independen lain sehingga dapat menjelaskan variasi variabel minat berperilaku mahasiswa dalam menggunakan situs jejaring sosial *Facebook* dan *Twitter*.

Koefisien *Adjusted R Square* (*Twitter*) yang diperoleh 0.547 hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu variabel manfaat dan kemudahan mampu menjelaskan variasi variabel dependen yaitu variabel minat berperilaku sedangkan sisanya sebesar 0.453 dijelaskan oleh variabel lain dari model penelitian. Dari variabel penelitian lain tersebut yang sebesar mungkin bisa ditambahkan variabel independen yang bisa mempengaruhi variabel minat berperilaku. Oleh karena itu bagi peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel independen lain sehingga dapat menjelaskan variasi variabel minat berperilaku mahasiswa dalam menggunakan situs jejaring sosial *Facebook* dan