

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNAAN INTERNET PADA WARNET

Nyimas Sopiah¹⁾, Eka Puji Agustini²⁾

¹⁾Manajemen Informatika, Universitas Bina Darma

Jalan Ahmad Yani No.12 Palembang

email: nyimas_sopiah@mail.binadarma.ac.id

²⁾Sistem Infomasi, Universitas Bina Darma

Jalan Ahmad Yani No.12 Palembang

email:ekapuji@mail.binadarma.ac.id

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna internet di warnet jalan Ahmad Yani Palembang dan untuk mengetahui variabel yang paling dominan dari keempat dimensi yaitu informasi (*information utility*), kesenangan (*leisure/fun activities*), komunikasi (*communication*), dan transaksi (*transaction*). Metode yang digunakan adalah metode survey dengan pengambilan sampel menggunakan teknik sampel insidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan penelitian dapat digunakan sebagai sampel, bila kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Data diolah menggunakan software SPSS versi 20. Hasil penelitian yang sudah dihasilkan menunjukkan bahwa ada pengaruh antara penggunaan internet pada warnet dengan perilaku pengguna. Dari keempat variabel yang mempunyai urutan pertama adalah informasi, kesenangan, komunikasi dan transaksi.

Kata Kunci: Informasi, Kesenangan, Komunikasi, dan Transaksi.

I. PENDAHULUAN

Di Palembang warnet (warung internet) merupakan salah satu penyedia jasa penggunaan internet. Walaupun saat ini penggunaan media *mobile* sudah sangat sering kita lihat. Bukan berarti warnet sudah tidak digemari lagi. Daerah Plaju merupakan salah satu daerah yang di Palembang yang dikelilingi oleh beberapa Perguruan Tinggi. Karena ada beberapa Perguruan Tinggi itulah, maka daerah ini banyak dikelilingi oleh warnet. Pengguna warnet saat ini sudah beragam, dimulai dari pelajar, mahasiswa dan masyarakat di sekitar Perguruan Tinggi. Ini terbukti dengan ramainya pengguna yang memenuhi warnet.

Berdasarkan penelitian awal, diketahui bahwa hampir 90% pengguna di warnet adalah pelajar dan mahasiswa. Ini juga bisa dilihat dari lokasi warnet yang berada di sekitar sekolah dan kampus. Motivasi pelajar dan mahasiswa menggunakan internet pada warnet ada bermacam-macam, di antaranya untuk mencari tugas kuliah atau sekolah, mengakses web kampus atau sekolah, menggunakan situs jejaring sosial, email, bertransaksi, bermain *games* dan lain-lain. Untuk mengetahui hal tersebut Penulis berkeinginan untuk mencari faktor-faktor apa saja yang mendominasi pengguna internet di warnet jalan Ahmad Yani.

Wayne Buente dan Alice Robbin [1] melakukan studi atau investigasi tentang trend aktivitas-aktivitas informasi internet warga Amerika antara Maret 2000 hingga Nopember 2004 dan telah berhasil mengklasifikasikan aktivitas-aktivitas internet menjadi empat dimensi kepentingan penggunaan

internet. Dimensi-dimensi ini adalah informasi (*information utility*), kesenangan (*leisure/fun activities*), komunikasi (*communication*), dan transaksi (*transaction*).

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang analisis pengaruh media internet terhadap perilaku pengguna di kalangan kampus di daerah Plaju dengan menggunakan topik berjudul “Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Penggunaan Internet pada Warnet”.

Perumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah 1) Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan media internet pada warnet di daerah Plaju? 2) Variabel apa yang paling berpengaruh terhadap *attitude* pengguna inter pada warnet di Plaju?

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pengguna berinternet pada warnet di Plaju 2) Mengetahui apakah kepentingan penggunaan *berinternet* memiliki pengaruh terhadap *attitude* pengguna pada warnet di Plaju.

Penelitian ini dirancang dalam bentuk penelitian deskriptif. Desain penelitian yang akan digunakan adalah desain kausal yang bertujuan untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna warnet yang berada di wilayah Jalan Ahmad Yani Palembang. Sampel dalam penelitian ini berasal dari populasi pengguna warnet.

Data yang diperlukan dalam penelitian ini bersalah dari variabel bebas dan variabel terikat. Data tersebut adalah data mengenai informasi, kesenangan, komunikasi dan transaksi serta data mengenai *attitude* (perilaku) pengguna dalam kepentingan menggunakan *internet*.

Tabel 1. Dimensi Kepentingan Penggunaan Internet berdasarkan Aktivitas Internet yang Dilakukan oleh Pengguna Warnet

Variabel	Dimensi
Informasi (X ₁)	Mencari materi atau bahan yang digunakan untuk tugas Mencari informasi hiburan Mencari informasi terkini Mencari informasi kesehatan Mencari informasi pendidikan Mengirim atau mendapatkan informasi di e-mail Mencari informasi di situs jejaring sosial (<i>Facebook</i> , <i>Twitter</i> , dan lain-lain)
Kesenangan (X ₂)	Mencariinformasiterkaithobiatauminat Mencariinformasihiburan Bermaingame online Mencarigambar Men-downloadvideo Men-downloadlagu Mengunjungi situs jejaring sosial (<i>Facebook</i> , <i>Twitter</i> , dan lain-lain) Chatting Mengunjungi situs-situs pornografi Blogging Membaca komik online
Komunikasi (X ₃)	Mengunjungi situs jejaring sosial Mengirim dan mendapatkan e-mail Chatting Berkomunikasi di milis atau forum
Transaksi (X ₄)	Membeli atau menjual produk Bermain game dengan bertransaksi Melakukan transaksi keuangan di bank
<i>Attitude</i> (Y)	Berpikir positif Berpikir negatif

Jenis data dalam penelitian ini berupa data primer yang diambil dari pengguna berdasarkan beberapa kriteria. Pertama berdasarkan jenjang pendidikan yaitu SD, SMP, SMA, Perguruan Tinggi dan Umum. Kedua berdasarkan umur (kurang dari 11 tahun, 11-20 tahun, 20-30 tahun dan lebih dari 30 tahun). Ketiga berdasarkan jenis kelamin (laki-laki dan perempuan). Data yang terkumpul selanjutnya diolah dan dianalisis dengan menggunakan paket SPSS (*Statistical Products and Service Solution*) versi 20.

Pengukuran yang digunakan menghasilkan data dalam bentuk skala interval yang diterapkan pada semua item pertanyaan yang terdiri dari lima alternatif jawaban yaitu nilai 1 (sangat tidak setuju), nilai 2 (tidak setuju), nilai 3 (ragu-ragu), nilai 4 (setuju), dan nilai 5 (sangat setuju).

Penarikan sampel yang digunakan adalah kuesioner tertutup. Kuesioner tersebut diuji coba kepada 100 responden. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan teknik *Cronbach's Alpha* melalui program SPSS.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari orang dan benda. Orang yang dimaksud merupakan informan yang digunakan sebagai subjek untuk

mengumpulkan data-data yang dibutuhkan peneliti, sedangkan benda merupakan sumber data dalam bentuk dokumen seperti artikel dalam jurnal, buku referensi dan berita yang mendukung tercapainya tujuan penelitian.

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

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisioner. Kuisioner tersebut akan di uji dengan uji validitas dan reliabilitas yang di lakukan dengan aplikasi program komputer SPSS. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi Pearson *Product Moment* dengan mengkorelasikan masing-masing pertanyaan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Jika alat ukur telah dinyatakan valid, selanjutnya reliabilitas alat ukur tersebut diuji. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda.

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

Pengujian terakhir adalah uji normalitas dan uji heterokedastisitas. Uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pengamatan ke pengamatan yang lain dengan dasar pengambilan keputusan.

II. LANDASAN TEORI

2.1 Internet

Internet merupakan singkatan dari *inter-networking*. Menurut Pendit, dkk [2], sesuai dengan kepanjangannya, internet adalah sekumpulan jaringan komputer milik perusahaan, institusi, lembaga pemerintah, ataupun penyedia jasa jaringan (*Internet Services Provider*) yang saling terhubung dimana masing-masing jaringan komputer yang terhubung dikelola secara independen.

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

Adapun fasilitas yang dapat digunakan dengan akses internet adalah [3]:

1. *Browsing/surfing*: sebuah layanan pada internet yang berfungsi untuk menampilkan suatu *situs/website* guna mencari suatu informasi.
2. *Email (Electronic Mail)*: sebuah layanan untuk pengiriman surat elektronik. Untuk mengirim email kita harus mempunyai *email (mailbox)*. Untuk membuat *mailbox* melalui *website* tertentu yang menyediakan layanan tersebut.
3. *Mailing List*: sering disebut dengan milis, yaitu layanan *internet* sebagai pengembangan dari email yang difungsikan untuk berdiskusi.
4. *Inter Relay Chat (Chatting)*: adalah fasilitas yang digunakan untuk melakukan perbincangan atau bercakap-cakap melalui *internet* menggunakan teks atau sering disebut dengan *chatting*.
5. *Newsgroup*: adalah aplikasi *internet* yang berfungsi untuk berkomunikasi antara satu dengan yg lain guna membahas suatu topik dalam sebuah forum.
6. *File Transfer Protocol (FTP)*: adalah fasilitas untuk mengirim suatu *file* yang disertakan melalui *email*.
7. *Teleconference*: adalah fasilitas *internet* yang juga digunakan untuk berbincang-bincang dengan cara yang kompleks yaitu mulai dari suara hingga gambar, sehingga seolah-olah kita dapat langsung berhadapan dengan lawan bicara.
8. *Internet Telephony*: yaitu fasilitas untuk berkomunikasi dengan suara melalui *internet* menggunakan pesawat telepon.
9. *Internet Fax*: Internet juga dapat digunakan untuk mengirim faksimili yang secara umum dilakukan melalui mesin faksimili.

2.2 Prilaku Pengguna

Secara umum, penelitian tentang tingkat adopsi dari teknologi ICT (*Information and Communication Technology*) dapat diteliti berdasarkan teori pendekatan adopsi atau *adoption Approach*, Teori pendekatan adopsi ini merupakan teori yang menjelaskan tentang sikap pengguna dalam melakukan pengambilan berbagai keputusan sosial dan keputusan individu [4]. Menurut Pedersen [5] terdapat beberapa model seperti *theory of reasoned action (TRA)*, *technology acceptance model (TAM)* dan *theory of planned behavior (TPB)* yang merupakan model *adoption approach* yang telah digunakan secara meluas.

Theory of reasoned action dikemukakan pertama kali oleh Fishbein & Azjen pada tahun 1975 [6]. *Theory of Reasoned Action* menjelaskan rencana dari tindakan atau *behavior* seseorang yang dipengaruhi oleh niat atau *intention* untuk melakukan tindakan tersebut, dan niat atau *intention* ini dipengaruhi oleh *attitude* dan *subjective norm* dari orang tersebut [7]. *Attitude* adalah perasaan negatif

atau positif seseorang terhadap tindakan tertentu [8]. Sedangkan *subjective norm* diartikan sebagai persepsi seseorang bahwa sebagian besar dari orang yang penting baginya, berpikir bahwa sebaiknya melakukan atau tidak melakukan tindakan tertentu [9].

2.3 Kepentingan Penggunaan Internet

Horrigan [10] menggolongkan aktivitas-aktivitas internet yang dilakukan para pengguna internet menjadi empat kelompok kepentingan penggunaan internet, yaitu:

1. Email
2. Aktivitas kesenangan (*Fun activities*) yaitu aktivitas yang sifatnya untuk kesenangan atau hiburan, seperti: *online* untuk bersenang-senang, klip video/audio, pesan singkat, mendengarkan atau *download* musik, bermain *game*, atau *chatting*.
3. Kepentingan informasi (*Information utility*) yaitu aktivitas internet untuk mencari informasi, seperti: informasi produk, informasi travel, cuaca, informasi tentang film, musik, buku, berita, informasi sekolah, informasi kesehatan, pemerintah, informasi keuangan, informasi pekerjaan, atau informasi tentang politik.
4. Transaksi (*Transaction*), yaitu aktivitas transaksi (jual beli) melalui internet, seperti: membeli sesuatu, memesan tiket perjalanan, atau *online banking*.

Tidak berbeda jauh dengan yang dikemukakan Horrigan di atas, Wayne Bunte dan Alice Robbin [1] lebih lanjut juga melakukan studi atau investigasi tentang trend aktivitas-aktivitas informasi internet warga Amerika antara Maret 2000 hingga Nopember 2004 dan telah berhasil mengklasifikasikan aktivitas-aktivitas internet menjadi empat dimensi kepentingan penggunaan internet. Dimensi-dimensi ini adalah informasi (*information utility*), kesenangan (*leisure/fun activities*), komunikasi (*communication*), dan transaksi (*transaction*).

Tabel 2. Klasifikasi Dimensi Kepentingan Pengguna Internet menurut Wayne Bunte dan Alice Robbin

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

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Objek Penelitian

Objek adalah penelitian ini adalah warnet yang berada di jalan Ahmad Yani No.12 Palembang. Respondennya adalah pemakai warnet yang berjumlah 100 orang.

3.2 Analisis Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini menggunakan alat penelitian berupa kuisioner yang disebarkan kepada pengguna warnet untuk mengetahui perilaku pengguna di warnet. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah pertama berdasarkan jenjang pendidikannya yaitu SD (5%), SMP (10%), SMA (30%), Perguruan Tinggi (50%) dan Umum (5%). Kedua berdasarkan umur (kurang dari 11 tahun (10%), 11-20 tahun (50%), 20-30 tahun (30%) dan lebih dari 30 tahun (10%)). Ketiga berdasarkan jenis kelamin (laki-laki (60%) dan perempuan (40%)).

3.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel bebas dalam penelitian terdiri dari 4 variabel. Masing-masing variabel terdiri dari beberapa pertanyaan, yaitu variabel Informasi (X1) mempunyai 7 item pertanyaan, variabel kesenangan (X2) mempunyai 11 item pertanyaan. Variabel bebas yang ketiga (X3) adalah komunikasi yang terdiri dari 4 item pertanyaan. Variabel bebas yang keempat (X4) adalah transaksi yang terdiri dari 3 item pertanyaan. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah *attitude*/perilaku pengguna yang terdiri 2 item pertanyaan.

Variabel yang pertama adalah variabel Informasi (X1). Hasilnya menunjukkan menunjukkan bahwa sebanyak 5 % merasa sangat tidak setuju, 0 % merasa tidak setuju, 23 % merasa ragu-ragu, 56 % merasa setuju dan 16 % merasa sangat setuju untuk pertanyaan pada variabel ini. Berdasarkan tabel di atas maka jawaban responden tertinggi adalah setuju.

Variabel kedua adalah variabel Kesenangan (X2). Hasilnya menunjukkan bahwa sebanyak 4 % merasa sangat tidak setuju, 8 % merasa tidak setuju, 16 % merasa ragu-ragu, 32 % merasa setuju dan 40 % merasa sangat setuju untuk pertanyaan pada variabel ini. Berdasarkan tabel di atas maka jawaban responden tertinggi adalah sangat setuju.

Variabel ketiga adalah Komunikasi (X3). Hasilnya menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa sebanyak 0 % merasa sangat tidak setuju, 6 % merasa tidak setuju, 10 % merasa ragu-ragu, merasa setuju 50 % dan merasa sangat setuju sebanyak 34 %. Untuk pertanyaan pada variabel komunikasi ini mencerminkan responden menganggap setuju terhadap komunikasi yang ditampilkan sebagai salah satu faktor yang menentukan berinternet di warnet.

Variabel bebas yang keempat adalah Transaksi (X4). Hasilnya menunjukkan bahwa sebanyak 7 % merasa sangat tidak setuju, 12 % merasa tidak setuju, 21 % merasa ragu-ragu, merasa setuju 30 % dan merasa sangat setuju sebanyak 30 %. Untuk pertanyaan pada variabel transaksi ini

mencerminkan responden menganggap setuju dan sangat setuju terhadap transaksi yang ditampilkan sebagai salah satu faktor yang menentukan berinternet di warnet.

Variabel terikat adalah perilaku (Y). Hasilnya menunjukkan bahwa 10 % responden merasa sangat tidak setuju, 25 % merasa tidak setuju, 45 % merasa ragu-ragu, 10 % merasa setuju dan 10% merasa sangat setuju untuk pertanyaan pada variabel *attitude*. Hal ini mencerminkan responden ragu-ragu bahwa variabel *attitude* sebagai faktor untuk menentukan tindakan yang positif atau negatif.

3.4 Analisis Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Kuisioner yang peneliti gunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini diuji tingkat validitasnya dengan mengacu pada nilai r-tabel, dimana nilai kolerasi yang akan digunakan untuk mengukur validitas (r bt) harus positif atau lebih besar. Dalam penelitian ini N = 100, maka r-Tabel dengan taraf signifikan 95% adalah 0.195. Keempat variabel yaitu informasi (X1), kesenangan (X2), komunikasi (X3) dan transaksi (X4) bahwa semua pertanyaan dapat dinyatakan valid. Sedangkan variabel terikatnya yaitu perilaku (Y), semua pertanyaan dinyatakan valid.

Koefisien alpha atau *Cronbach's Alpha* digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat reliabilitas atau konsistensi internal diantara butir-butir pertanyaan dalam suatu instrument. Item pengukuran dikatakan reliabel jika memiliki nilai koefisien alpha lebih besar dari 0,6. Nilai reliabilitas konsistensi internal ditunjukkan dalam tabel 2, untuk koefisien alfa masing-masing variabel dalam setiap variabel dan dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,6.

Tabel3. Rekapitulasi Uji Reliabilitas

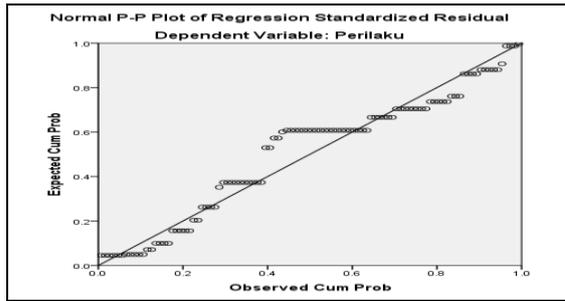
Variabel	Cronbach's Alpha > 0,6	Keterangan
Informasi	0,873	Reliable
Kesenangan	1,000	Reliable
Komunikasi	0,652	Reliable
Transaksi	1,000	Reliable
Attitude	1,000	Reliable

Sumber: Data primer yang telah diolah dengan komputer (SPSS Versi 20.00)

Dari tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai *cronbach's alpha* dari semua variabel > 0,6 maka dinyatakan *reliable*.

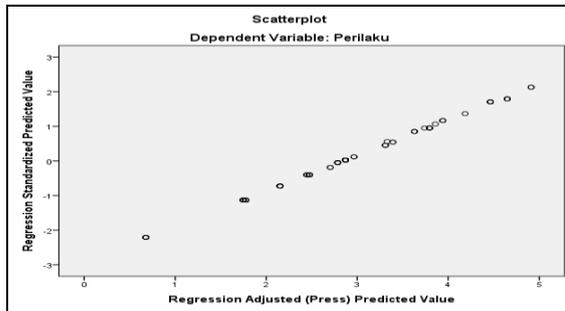
3.5 Uji Persyaratan Analisis Regresi Berganda

Data yang berdistribusi normal dalam suatu model regresi dapat dilihat pada grafik normal P-P plot, dimana bila titik-titik yang menyebar di sekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, maka data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal. Pada gambar 1 memperlihatkan P-P Plot telah berdistribusi normal.



Gambar 1. Grafik Uji Normalitas Variabel

Pengujian heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pengamatan ke pengamatan yang lain dengan dasar pengambilan keputusan. Gambar 2 menunjukkan bahwa pada grafik scatterplot terlihat titik-titik yang menyebar secara acak dan data menyebar dengan baik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.



Gambar 2. Uji Heterokedastisitas Variabel

3.6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

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

Tabel 4. Tabel Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Beta	T hitung	Tingkat Sig	Keterangan
Konstanta	0.444		0.622	0.053	Berpengaruh terhadap model regresi
Informasi	0.916	0.577	9.983	0.000	Signifikan
Kesenangan	0.413	0.433	5.386	0.000	Signifikan
Komunikasi	0.325	0.175	2.403	0.018	Signifikan
Transaksi	0.208	0.239	2.746	0.007	Signifikan
F hitung	111.060				
Signifikasi	0.000				
R	0.908				
R ²	0.824				

Sumber: Data primer yang telah diolah dengan komputer (SPSS Versi 20.00)

Berdasarkan Tabel 4, maka model regresi tersebut dapat dianalisis berdasarkan koefisien-

koefisiennya. Model persamaan regresi linier berganda berdasarkan tabel di atas adalah :

$$Y = 0.444 + 0.916 X_1 + 0.413 X_2 + 0.325 X_3 + 0.208 X_4$$

Dari fungsi regresi tersebut diatas, maka diketahui bahwa: 1) Jika variabel *Informasi* (X_1) berubah satu unit skor maka perilaku pengguna (Y) akan berubah sebesar 0.916 unit skor dengan X_2 , X_3 dan X_4 konstan. Tanda positif menunjukkan perubahan yang searah. Apabila *Informasi* meningkat, maka perilaku pengguna juga meningkat dengan koefisien regresi sebesar 0.916. Dan sebaliknya jika *Informasi* menurun, maka perilaku pengguna juga menurun dengan koefisien regresi sebesar 0.916 dengan catatan X_2 , X_3 dan X_4 konstan. 2) Jika variabel *Kesenangan* (X_2) berubah satu unit skor maka perilaku pengguna (Y) akan berubah sebesar 0.413 unit skor dengan X_1 , X_3 dan X_4 konstan. Tanda positif menunjukkan perubahan yang searah. Apabila *Kesenangan* meningkat, maka perilaku pengguna juga meningkat dengan koefisien regresi sebesar 0.413. Dan sebaliknya jika *Keseangan* menurun, maka perilaku pengguna juga menurun dengan koefisien regresi sebesar 0.413 dengan catatan X_1 , X_3 dan X_4 konstan. 3) Jika variabel *Komunikasi* (X_3) berubah satu unit skor maka attitude pengguna (Y) akan berubah sebesar 0.325 unit skor dengan X_1 , X_2 dan X_4 konstan. Tanda positif menunjukkan perubahan yang searah. Apabila *Komunikasi* meningkat, maka perilaku pengguna juga meningkat dengan koefisien regresi sebesar 0.325. Dan sebaliknya jika *Komunikasi* menurun, maka perilaku pengguna juga menurun dengan koefisien regresi sebesar 0.325 dengan catatan X_1 , X_2 dan X_4 konstan. 4) Jika variabel *Transaksi* (X_4) berubah satu unit skor maka perilaku pengguna (Y) akan berubah sebesar 0.208 unit skor dengan X_1 , X_2 dan X_3 konstan. Tanda positif menunjukkan perubahan yang searah. Apabila *Kesenangan* meningkat, maka perilaku pengguna juga meningkat dengan koefisien regresi sebesar 0.208. Dan sebaliknya jika *Transaksi* menurun, maka perilaku pengguna juga menurun dengan koefisien regresi sebesar 0.208 dengan catatan X_1 , X_2 dan X_3 konstan. 5) Nilai konstanta sebesar 0.444 yang berarti apabila *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Transaksi* konstan atau tidak mengalami perubahan, maka perilaku pengguna sebesar nilai konstantanya yaitu 0.444.

Dilihat dari nilai beta variabel *Informasi* (0.916) lebih besar pengaruhnya dibandingkan dengan variabel *Kesenangan* (0.413), variabel *Komunikasi* (0.325) dan variabel *Transaksi* (0.208).

3.7 Koefisien Determinasi Berganda dan Koefisien Korelasi Berganda

Nilai koefisien penentu (determinasi) yang ditunjukkan oleh besarnya $R^2 = 0.824$ menyatakan bahwa pada tingkat $\alpha = 0.05$ pengaruh variabel *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Transaksi* terhadap perilaku pengguna adalah cukup kuat dan signifikan karena angka tersebut positif dan jauh di

atas 0.05. Hal ini juga menggambarkan bahwa 82.4 % variasi perilaku pengguna dapat dijelaskan oleh variasi variabel *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Transaksi*, sedangkan sisanya sebesar 17.6 % dijelaskan oleh variabel lainnya.

Koefisien korelasi berganda (R) = 0.908 menunjukkan adanya hubungan secara bersama-sama yang cukup kuat antara variabel *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Transaksi* terhadap variabel perilaku pengguna.

3.8 Pembuktian Hipotesis

Pembuktian hipotesis dilakukan dengan 2 cara yaitu uji f dan Uji t . Uji F -hitung (F_h) atau ($p < 0.05$) ini bertujuan untuk menguji apakah variabel-variabel *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Transaksi* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pengguna menggunakan internet di warnet. Dari hasil analisis dapat ditarik kesimpulan bahwa $p < 0,05$ dan $H_1 : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima. Hal ini berarti variasi dari model regresi berhasil menerangkan pengaruh variasi variabel *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Transaksi* secara keseluruhan terhadap perilaku pengguna.

Untuk uji t berdasarkan hasil analisis dapat ditarik kesimpulan bahwa $H_1 : b_n \neq 0$; $t - (p < 0,05)$, dengan nilai probabilitas jauh lebih kecil dari taraf signifikansi, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Transaksi* secara parsial terhadap variabel perilaku pengguna.

3.9 Kepentingan Pengguna Berinternet di Warnet Berdasarkan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil keseluruhan analisis statistik korelasional, maka dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara *Informasi* (X_1), *Kesenangan* (X_2), *Komunikasi* (X_3) dan *Transaksi* (X_4) terhadap variabel perilaku Pengguna (Y).

3.10 Kepentingan Pengguna Internet di Warnet Berdasarkan Perilaku Pengguna

Perilaku pengguna salah satu merupakan suatu faktor yang menentukan pengguna dalam berinternet di warnet. Untuk menentukan perilaku pengguna dapat diukur dari kepentingan pengguna berinternet di warnet yang terdiri dari 4 variabel yaitu informasi, kesenangan, komunikasi dan transaksi. Berdasarkan hasil analisis dapat dijelaskan bahwa yang mendapat urutan pertama adalah informasi, kedua adalah kesenangan, ketiga adalah komunikasi, dan terakhir adalah transaksi.

IV. KESIMPULAN

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

1. Dari nilai t hitung dan tingkat signifikan kepentingan pengguna internet (informasi,

kesenangan, komunikasi dan transaksi) yaitu *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Transaksi* yang diperoleh menunjukkan bahwa memang ada pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku pengguna dalam menggunakan internet di warnet.

2. Dari nilai t hitung dan tingkat signifikan masing-masing variabel yaitu *Informasi*, *Kesenangan*, *Komunikasi* dan *Transaksi* yang diperoleh menunjukkan bahwa memang ada pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku pengguna dalam menggunakan internet di warnet.

Berdasarkan nilai f hitung dan tingkat signifikan masing-masing variabel, yang mendapatkan urutan pertama adalah variabel informasi, kedua adalah kesenangan, ketiga adalah komunikasi dan terakhir adalah transaksi.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Buente, Wayne dan Alice Robbin, "Trends in Internet Information Behavior: 2000-2004", Journal of the American Society for Information Science. 2008. [Online]. Tersedia: <http://eprints.rclis.org/13679/1/RobbinTrends-2008Jun2-EntirePaper.pdf>. Diakses tanggal 12 Maret 2010.
- [2] Pedit, Putu Laxman, dkk, "Perpustakaan Digital: Perspektif Perpustakaan Perguruan Tinggi di Indonesia", Jakarta: Perpustakaan Universitas Indonesia, 2003.
- [3] Mulyadi, "Pengertian, Manfaat dan Fasilitas Internet". 11-09-2008. [Online]. Tersedia: <http://pakmulkom.blogdetik.com/2008/09/11/1-pengertian-manfaat-dan-fasilitas-internet/> [diakses pada tanggal 10 Januari 2013].
- [4] Manuelli, LatudanKoh, "ICT Adoption Model It Management Research Center Graduate School of Business". 2007. [Online]. Tersedia: <http://www.bit.tekotago.ac.nz/staticdata/paper07/papers/175.pdf>. [diakses pada tanggal 10 Januari 2013].
- [5] Pedersen, E. dan Nysveen, L.G.H, "Using the theory of planned behavior to explain teenager's adoption of text messaging services. Norwegian School of Economics and Business Administration". 2004. [Online]. Tersedia: http://ikt.hia.no/perep/ISR_submission.pdf. [Diakses pada tanggal 10 Januari 2013, 2004].
- [6] Mao dan Palvia, "Theory of Reasoned Action", 2001.
- [7] Teo, T.S.H. dan Pok, S.H, "Adoption of WAP-enabled mobile phones among Internet User. Elsevier Ltd". 2003. [Online]. Tersedia

:<http://www.bschool.nus.edu.sg/staff/bizteosh/TeoPokOmega2003WAP.pdf>. [Diakses tanggal 10 Januari 2013].

- [8] Davis, F.D., Bagozi, R.P., danWarshaw, P.R, "Management Science", 1989. [Online]. Tersedia :<http://areadocenti.eco.unicans.it/virili/OSI/Davis> , diakses tanggal 10 Januari 2013.
- [9] Dillon, A., dan Morris. M, "Power, Perception and Performance: From Usability Engineering to Technology Acceptance with the P3 Model of User Response. Journal Electronic Commerce Research". 1996.[Online]. Tersedia : <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.2.486&rep=rep1&type=pdf>. [Diaksestanggal 10 Januari 2013].
- [10] Horrigan, John B, "*New Internet Users: What They Do Online, What They Don't, and Implications for the 'Net's Future*". [Online]. Tersedia :http://www.pewinternet.org/pdfs/New_User_Report.pdf. [Diaksestanggal 10 Januari 2013].

Biodata Penulis

Nyimas Sopiiah, memperoleh gelar Sarjana Komputer (S.Kom), Jurusan Sistem Informasi STMIK Bina Darma Palembang, lulus tahun 2000. Memperoleh gelar Magister Manajemen (M.M) Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Bina Darma Palembang, lulus tahun 2006. Memperoleh gelar Magister Komputer (M.Kom) Program Pasca Sarjana Magister Teknik Informatika Universitas Bina Darma Palembang, lulus tahun 2011. Saat ini menjadi Dosen di Universitas Bina Darma Palembang.

Eka Puji Agustini, memperoleh gelar Sarjana Komputer (S.Kom), Jurusan Sistem Informasi Universitas Bina Darma Palembang, lulus tahun 2002. Memperoleh gelar Magister Manajemen (M.M) Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Bina Darma Palembang, lulus tahun 2006. Memperoleh gelar Magister Komputer (M.Kom) Program Pasca Sarjana Magister Teknik Informatika Universitas Bina Darma Palembang, lulus tahun 2014. Saat ini menjadi Dosen di Universitas Bina Darma Palembang.