



PROSEDING

**SEMINAR NASIONAL
PERDAGANGAN INTERNASIONAL
BALI, 5 SEPTEMBER 2014**

**PERDAGANGAN INTERNASIONAL
SEKTOR RIIL DI INDONESIA
DALAM MENGHADAPI
MASYARAKAT EKONOMI ASEAN 2015**

ISBN 978-602-71502-0-1



9 786027 150201

Jurusan Administrasi Niaga

Politeknik Negeri Bali

Jalan Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Badung Bali

Telp/Fax. 62 361 - 704571

Email : bisnis@pnb.ac.id , Laman : <http://bisnis.pnb.ac.id>

PROSEDING

Seminar Nasional Perdagangan Internasional (SENPI)
Tahun 2014

Reviewer

Nyoman Indah Kusumadewi, SE.,MBA.,Ph.D
Dr. I Putu Astawa, SE.,MM
Dr. Drs. Majid Wajdi, M.Hum
Nyoman Suka Sanjaya,SS. M.TESSOL, Ph.D
Dr. I Ketut Swardika, ST.,M.Si

Editor

Drs. Ida Bagus Artha Adnyana, M.Hum
I Gusti Ketut Gede, SE., MM

ISBN

ISBN 978-602-71502-0-1



Penerbit

Jurusan Administrasi Niaga
Politeknik Negeri Bali
2014

Pelindung: Ir. Made Mudhina, MT (Direktur Politeknik Negeri Bali), **Pengarah:** Drs. IB. Artha Adnyana, M.Hum (Ketua Jurusan Administrasi Niaga), **Penanggung Jawab:** I Gede Iwan Suryadi, SE.,MM, **Administrasi:** Ni Kadek Dessy Hariyanti, S.Kom.,MM, **Alamat Redaksi:** Jalan Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Badung, Bali – 80364, Telp. (0361)704571. **Laman:** <http://bisnis.pnb.ac.id>

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang.

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apa pun, termasuk fotokopi, tanpa izin dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Maraknya perdagangan global yang dimulai dari munculnya organisasi-organisasi internasional yang melegalisasi terlaksananya perdagangan bebas seperti; GATT, WTO, serta terbentuknya zona-zona perdagangan bebas seperti; AFTA, NAFTA, APEC, ACFTA- ASEAN, dll. Kepepakatan perdagangan bebas yang segera akan dilaksanakan dalam waktu dekat adalah Masyarakat Ekonomi ASEAN (*ASEAN Economic Community*) tahun 2015. Hal ini mendorong kita untuk mewaspadai dampak dari perdagangan bebas tersebut. Indonesia adalah Negara berpenduduk terbesar ke 4 di dunia yang merupakan pasar potensial bagi negara-negara produsen yang mempunyai tingkat produktivitas, inovatif dan efisien yang tinggi dalam sektor ekonomi. Ancaman terbesar saat ini adalah masuknya produk-produk dari China setelah adanya kesepakatan antara China dengan negara-negara ASEAN untuk melakukan perdagangan bebas.

Perdagangan bebas tidak mungkin lagi kita tolak apalagi menentanginya, kita harus mengikuti aturan permainan yang telah ditetapkan. Untuk menghadapi serangan negara-negara produsen yang mempunyai nilai ekonomis yang tinggi, kita perlu mempersiapkan faktor-faktor ekonomi yang dapat mendukung ketangguhan perekonomian nasional dari ancaman ekspansi produk luar negeri. Faktor ekonomi yang paling dominan dalam menghadapi tantangan tersebut adalah sumber daya manusia yang berperilaku kewirausahaan berwawasan global. SDM yang berperilaku kewirausahaan global akan mampu meningkatkan produktivitas perdagangan internasional sektor riil yang berdampak pada peningkatan perekonomian nasional.

Seminar nasional perdagangan internasional (SENPI) tahun 2014 merupakan sebuah kegiatan untuk memaparkan gagasan dan strategi bersaing di pasar bebas ASEAN dari berbagai narasumber baik dari pemerintah, BUMN, asosiasi profesi ekspor impor, praktisi perdagangan internasional maupun dari akademisi menyampaikan gagasan pemikiran dan pengalamannya tentang perdagangan internasional sekaligus persiapan menghadapi ASEAN Community 2015.

Proseding ini dibuat untuk berbagi gagasan dan pengalaman para pembicara dalam seminar nasional perdagangan internasional (SENPI) tahun 2014. Kami berharap buku ini memberikan manfaat bagi ilmu pengetahuan dan khususnya sektor perdagangan internasional sektor riil di Indonesia. Akhirnya, kami mengucapkan terima kasih kepada para pembicara dan semua pihak yang telah berperan besar dalam terbitnya proseding ini.

Jimbaran Bali, 11 Agustus 2014
Panitia SENPI 2014.

PROSEDING SEMINAR NASIONAL PERDAGANGAN INTERNASIONAL 2014

Daftar Isi

- **Analisis Perilaku Penggunaan Facebook Oleh Mahasiswa**
Kristoforus Jawa Bendi, Sri Andayani 1 – 6
- **Nilai-Nilai Etika Kebudayaan Bali Dalam Perdagangan Global: Analisa Konsep**
Ida Bagus Putu Suamba 7 – 15
- **Model Regresi Interval Dengan Neural Fuzzy Untuk Peramalan Nilai Tukar Mata Uang**
Tedy Rismawan, Ni Made Kariati 16 – 21
- **Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Individual**
R. Kristoforus Jawa Bendi, Antonius R. E. Manullang, Sri Andayani 22 – 26
- **Pengaruh Penerapan CRM Terhadap Loyalitas Dan Prestasi Mahasiswa Pada Stikes Perdhaki Charitas Palembang**
Andri Wijaya, Sisilia Puspita Ningrum 27 – 31
- **Produk Pariwisata: Sinergi Unsur Wujud Dan Tanwujud**
I Ketut Utama, I Gede Mudana 32 – 38
- **Peningkatan Perdagangan Internasional Berbasis Wisata Budaya**
Karnowahadi, Budi Prasetya 39 – 44
- **Dampak Implementasi Masyarakat Ekonomi Asean (Mea) 2015 Terhadap Intensi Variety Seeking Konsumen Indonesia**
Made Wahyu Adhiputra 45 – 50
- **Pengelolaan Sumber Daya Manusia Dan Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan Guna Memenangkan Persaingan Global**
Ni Putu Santi Suryantini, Ni Putu Ayu Darmayanti, I Wayan Edi Arsawan 51 – 57
- **Buah Lokal Kalah Bersaing Dengan Buah Impor: Penyebab Dan Pemecahannya**
Ni Wayan Sukartini, Nyoman Indah Kusuma Dewi, Ni Made Sudarmini 58 – 64
- **Analisis Kausalitas Antara Ekspor Dan Pertumbuhan Ekonomi Sumatera Utara**
Agus Edy Rangkuti 65 – 70
- **The Influence Of Total Quality Management To Managerial Performance**
Ayu Dwi Yulianthi, Luh Linna Sagitarini 71 – 80
- **Konstruksi Modal Sosial Dalam Rangka Peningkatan Daya Saing Produk (Ekspor Bali)**
Gede Santanu dan I Ketut Muderana 81 – 88
- **Strategi Hedging UKM Ekspor Bali Dalam Menghadapi Pasar Global**
I Gede Iwan Suryadi, Ni Kadek Dessy Hariyanti 89 – 94

- **Analisis Diskriminan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Mengonsumsi *Fast Food* Di Kota Denpasar** 95 –102
Kadek Jemmy Waciko, I Gusti Lanang Suta Artatanaya, I Made Widianara

- **Analisis *Base Lending Rate* Pada Unit Usaha Simpan Pinjam di Koperasi Pegawai Negeri Politeknik Negeri Bali** 103 – 108
Ketut Vini Elfarosa, I Ketut Pamata, Ida Ayu Ketut Sumawidari

ANALISIS PERILAKU PENGGUNAAN FACEBOOK OLEH MAHASISWA

Kristoforus Jawa Bendi¹
Sri Andayani²

^{1,2}*Sekolah Tinggi Teknik Musi, Palembang 30113*
¹*kristojb@sttmusi.ac.id, ²andayani_s@sttmusi.ac.id*

Abstrak

Layanan Jejaring Sosial menawarkan cara baru untuk berkomunikasi dan berbagi. Pesatnya perkembangan pengguna layanan ini, membuka peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung kegiatan pembelajaran. Semakin berkembangnya penggunaan layanan jejaring sosial tidak terlepas dari sikap dan persepsi penggunanya.

UTAUT2 dikembangkan berdasarkan model UTAUT dan ditujukan untuk konsumsi teknologi dalam konteks nonorganisasional. Studi empiris yang mengadopsi model UTAUT maupun UTAUT2 dalam konteks layanan jejaring sosial telah banyak dilakukan. Karena itu penelitian ini juga dikembangkan dengan mengadopsi model UTAUT2 untuk melihat perilaku penggunaanfacebook di kalangan mahasiswa. Tujuh konstruk dari UTAUT2 digunakan sebagai determinan yang mempengaruhi niat pengguna (behavioral intention) dan intensitas penggunaan (use behavior), yaitu: performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value dan habit.

Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan secara acak kepada 300 responden. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa hanya konstruk hedonic motivation, price value dan habit yang menjadi prediktor behavioral intention. Sedangkan use behavior dipengaruhi oleh behavioral intention, facilitating condition, dan habit.

Kata kunci: *UTAUT, UTAUT2, facebook, performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, behavioral intention, hedonic motivation, price value, habit.*

Abstract

Social Networking Services offers a new way to communicate and share. The rapid development of the service user, an opportunity that can be used to support learning activities. The widespread use of social networking services can not be separated from its attitudes and perceptions.

UTAUT2 developed based on the model of UTAUT and intended for consumption in the context nonorganisasional technology. Empirical studies and UTAUT2 UTAUT model adopted in the context of a social networking service services have been carried out. Therefore, this study was also developed by adopting the model UTAUT2 to see the behavior of the use of facebook amongst students. Seven constructs of UTAUT2 used as a determinant that affects the user's intention (behavioral intention) and the intensity of use (use behavior), namely: performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value and habit.

Data were collected through questionnaires distributed randomly to 300 respondents. The results of the regression analysis showed that only constructs hedonic motivation, price value and habit which becomes a predictor of behavioral intention. While use behavior is influenced by behavioral intention, facilitating condition, and habit.

Keywords: *UTAUT, UTAUT2, facebook, performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, behavioral intention, hedonic motivation, price value, habit*

1. Pendahuluan

Perkembangan layanan jejaring sosial yang begitu pesat, dengan internet sebagai tulang punggungnya telah mengubah cara manusia berinteraksi [12]. Interaksi antar individu dan kelompok telah meniadakan jarak dan waktu. Kementerian Komunikasi dan Informatika [11] mengungkapkan

pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. *Facebook* merupakan situs jejaring sosial yang paling banyak diakses diikuti oleh *Twitter*. Indonesia menempati peringkat empat pengguna *Facebook* dan peringkat lima pengguna *Twitter* terbanyak di dunia. Disinyalir bahwa sebagian

besar pengguna jejaring sosial ini hanya berperan sebagai konsumen.

Perkembangan layanan jejaring sosial tersebut tidak terlepas dari perilaku penggunanya. Perilaku pengguna teknologi informasi terbentuk dari sikap dan persepsinya terhadap layanan tersebut. Salah satu upaya untuk memahami fenomena perilaku pengguna teknologi informasi adalah melalui kajian dan penelitian terhadap teori atau model adopsi teknologi informasi.

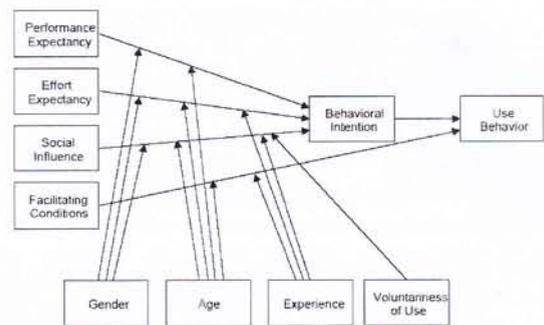
[14] mengajukan UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) sebagai sebuah model untuk menjelaskan perilaku pengguna terhadap teknologi informasi. Model ini merupakan kombinasi dari delapan model yang telah berhasil dikembangkan sebelumnya. Model UTAUT menunjukkan bahwa perilaku untuk menggunakan suatu teknologi (*use behavior*) dipengaruhi oleh niat untuk berperilaku (*behavioral intention*), dan niat untuk berperilaku dipengaruhi oleh harapan akan kinerja (*performance expectancy*), harapan akan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi pendukung (*facilitating conditions*). Keempat konstruk tersebut dimoderasi oleh jenis kelamin (*gender*), usia (*age*), pengalaman (*experience*) dan kesukarelaan menggunakan (*voluntariness*). Studi empiris yang mengadopsi model ini dalam konteks adopsi teknologi layanan jejaring sosial telah banyak dilakukan dan mendapatkan temuan yang beragam [1]. [15] mengembangkan kembali UTAUT dalam konteks konsumsi teknologi yang dinamai UTAUT2. Terdapat tiga konstruk baru yang ditambahkan untuk menjelaskan perilaku konsumen, yakni *hedonic motivation*, *price value* dan *habit*.

Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan model UTAUT2 dalam konteks penggunaan *facebook* oleh mahasiswa sekaligus melakukan validasi atas model tersebut. Kendati model UTAUT2 baru diperkenalkan, beberapa studi yang mengadopsi model ini dalam konteks layanan jejaring sosial telah dilakukan [2]; [6]; [7]; [8]; [9].

2. Telaah Pustaka

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) yang dikembangkan oleh [14] menyintesis delapan model penerimaan teknologi yang telah dikembangkan sebelumnya. Delapan model tersebut antara lain *Theory Reasoned Action* (TRA), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Motivational Model* (MM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Combined TAM and TPB*, *Model of PC Utilization* (MPCU), *Innovation Diffusion Theory* (IDT) dan *Social Cognitive Theory* (SCT). Dibandingkan dengan kedelapan model tersebut, UTAUT terbukti lebih berhasil menjelaskan hingga 70% varian *behavior*

intention. Pendapat ini diperkuat oleh [10] yang menemukan bahwa UTAUT cukup tangguh (*robust*) kendati diterjemahkan dalam berbagai bahasa dan dapat digunakan lintas budaya. Model UTAUT memiliki empat konstruk utama yang memainkan peran penting sebagai determinan langsung dari *behavioral intention* dan *use behavior* yakni *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating conditions*. Disamping itu terdapat empat moderator yakni *gender*, *age*, *experience* dan *voluntariness of use*, yang diposisikan untuk memoderasi dampak dari konstruk-konstruk pada *behavioral intention* dan *use behaviour* [14]. Gambar 1 menunjukkan model UTAUT.



Gambar 1. Model UTAUT

[14] mendefinisikan *behavioral intention* (BI) sebagai ukuran kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Dalam konsep dasar model-model *user acceptance* yang telah dikembangkan, *behavioral intention* menjadi konstruk mediasi antara prediktor perilaku dengan *use behavior* (UB). Peran BI sebagai prediktor UB telah diterima secara luas dalam berbagai model *user acceptance* [14].

Performance expectancy (PE) didefinisikan sebagai tingkat sejauh mana seseorang meyakini bahwa menggunakan sistem akan membantunya mencapai keuntungan kinerja dalam pekerjaannya [14]. Hasil penelitian mereka menemukan bahwa konstruk ini berpengaruh terhadap BI. Temuan yang sama juga diungkapkan oleh [1], [2], [5], [6], [7], dan [9], serta [13]. [8] melaporkan temuan sebaliknya bahwa konstruk ini tidak mempengaruhi BI secara signifikan. *Effort expectancy* (EE) merupakan tingkat kemudahan terkait dengan penggunaan sistem [14].

Mereka menemukan bahwa EE memiliki pengaruh terhadap BI. Beberapa studi empiris juga memperoleh temuan serupa [2]; [5]; [9]; [13]. Sebaliknya [1]; [6]; [7] mendapat temuan sebaliknya bahwa EE tidak mempengaruhi BI.

[14] mendefinisikan *Social influence* (SI) sebagai tingkat sejauh mana seseorang merasakan bahwa orang-orang yang dianggapnya penting, percaya bahwa ia seharusnya menggunakan sistem yang baru. Mereka melaporkan hasil temuannya bahwa SI menjadi salah satu prediktor BI. Sebagian besar studi empiris mengemukakan menemukan hasil yang serupa [1]; [2]; [5]; [6]; [7]; [8]; [9].

Facilitating conditions (FC) didefinisikan sebagai tingkat sejauh mana seseorang meyakini bahwa infrastruktur organisasi dan teknis yang ada mendukung penggunaan sistem [14]. Mereka menemukan bahwa FC tidak berpengaruh secara signifikan terhadap BI. Temuan serupa juga dipaparkan oleh [1] dan [9]. Namun dalam model UTAUT2, [15] melaporkan bahwa FC menjadi salah satu prediktor BI. Beberapa studi empiris juga melaporkan temuan serupa [2]; [5]; [13]. Selain sebagai prediktor BI, FC juga ditemukan menjadi salah satu prediktor UB [2]; [6]; [14]; [15].

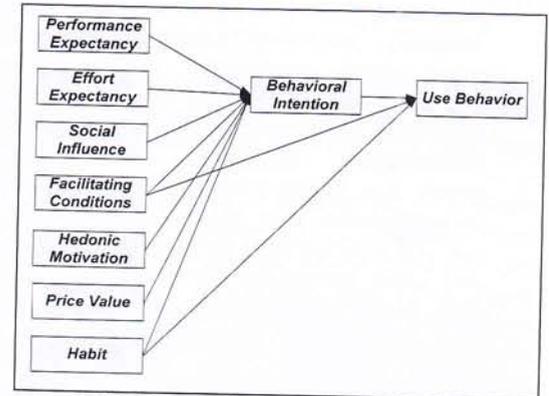
Pada model UTAUT2, [15] menambahkan tiga konstruk baru untuk menjelaskan perilaku konsumsi teknologi (Gambar 2). *Hedonic motivation* (HM) didefinisikan oleh [15] sebagai kesenangan atau kepuasan yang diperoleh dari penggunaan sebuah teknologi. Temuan mereka mengonfirmasikan pengaruh signifikan konstruk ini pada BI. Temuan yang sama dikemukakan oleh [2] dan [6]. Kendati demikian, ditemukan pula hasil sebaliknya bahwa HM bukanlah prediktor BI [7]; [9].

Price value (PV) merupakan persepsi konsumen atas hubungan timbal balik antara biaya yang dikeluarkan dengan manfaat yang diperolehnya dari penggunaan teknologi tersebut [15]. Beberapa studi empiris menemukan bahwa PV telah menjadi salah satu prediktor BI [2]; [3]. Temuan sebaliknya bahwa PV tidak berpengaruh terhadap BI dilaporkan oleh [9].

Habit (HB) didefinisikan oleh [15] sebagai sebuah kecenderungan untuk melakukan sesuatu secara otomatis sebagai akibat dari hasil pembelajaran (Limayem dalam [15] HB ditemukan menjadi prediktor BI [2]. Selain sebagai prediktor BI, HB juga dilaporkan menjadi prediktor bagi UB [2].

Gambar 2. Model UTAUT2

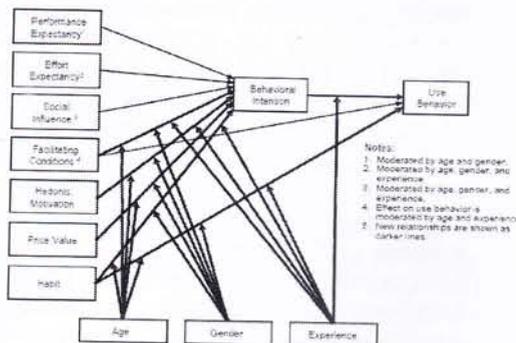
Gambar 3 menampilkan model yang diusulkan dalam penelitian ini. Penelitian ini mengabaikan seluruh variabel moderator, karena dianggap kurang berpengaruh pada subjek penelitian yang cenderung homogen. Model serupa juga dilakukan oleh [6]; [9]. Berdasarkan studi pustaka yang telah dilakukan, hipotesis penelitian ini seperti yang dicantumkan pada Tabel 4.



Gambar 3: Usulan Model Penelitian

3. Metode Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa pada dua perguruan tinggi swasta di kota Palembang, Indonesia. Mahasiswa yang dijadikan responden adalah yang memiliki dan menggunakan akun facebook. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan secara acak sederhana. Kuesioner yang digunakan (tabel 1) diadopsi dari [14] untuk konstruk PE, EE, SI, FC dan BI. Sedangkan kuesioner yang digunakan untuk konstruk HM, PV, HB, dan UB diadopsi dari [15]. Konstruk PE, EE, SI, FC, HM, PV, HB, dan BI diukur dalam lima skala Likert (1 = Sangat Tidak Setuju dan 5 = Sangat Setuju). Konstruk UB diukur berdasarkan frekuensi penggunaan dalam satu hari (1 = kurang dari 3 kali dan 5 = lebih dari 10 kali).



Tabel 1 Item Pertanyaan Kuesioner

Kode	Pertanyaan PE (cronbach's alpha = 0,859)	r
PE1	Menurut saya FB berguna dalam studi saya	0,594
PE2	Menggunakan FB memungkinkan saya untuk menyelesaikan tugas lebih cepat	0,776
PE3	Menggunakan FB meningkatkan produktivitasaku	0,758

PE4	Menggunakan FB meningkatkan kesempatan saya untuk mendapatkan nilai yang baik	0,697
Kode	Pertanyaan EE (cronbach's alpha = 0,934)	r
EE1	Saya paham bagaimana caranya menggunakan FB	0,823
EE2	Mudah bagi saya untuk mahir menggunakan FB	0,855
EE3	Menurut saya FB mudah digunakan	0,830
EE4	Belajar mengoperasikan FB mudah bagi saya	0,865
Kode	Pertanyaan SI (cronbach's alpha = 0,871)	r
SI1	Orang yang mempengaruhi perilaku saya, berpikir bahwa saya harus menggunakan FB	0,727
SI2	Orang yang penting bagi saya, berpikir bahwa saya harus menggunakan FB	0,812
SI3	Orang-orang berpendapat bahwa mereka lebih suka jika saya menggunakan FB	0,726
Kode	Pertanyaan FC (cronbach's alpha = 0,796)	r
FC1	Saya memiliki sumberdaya yang diperlukan untuk menggunakan FB	0,639
FC2	Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan FB	0,694
FC3	FB kompatibel dengan perangkat yang saya gunakan	0,709
FC4	Saya bisa mendapatkan bantuan dari orang lain ketika saya kesulitan menggunakan FB	0,422
Kode	Pertanyaan HM (cronbach's alpha = 0,923)	r
HM1	Menggunakan FB adalah sesuatu yang menarik	0,834
HM2	Menggunakan FB adalah sesuatu yang menyenangkan	0,886
HM3	Menggunakan FB sangat menghibur	0,815
Kode	Pertanyaan PV (cronbach's alpha = 0,808)	r
PV1	Biaya yang saya butuhkan untuk menggunakan FB terjangkau	0,550
PV2	Biaya yang saya keluarkan untuk menggunakan FB tidak sia-sia	0,740
PV3	Biaya yang saya keluarkan sepadan dengan manfaat yang saya dapatkan dari FB	0,687
Kode	Pertanyaan HB (cronbach's alpha = 0,865)	r

HB1	Menggunakan FB telah menjadi kebiasaan saya	0,709
HB2	Saya kecanduan menggunakan FB	0,821
HB3	Saya harus menggunakan FB	0,705
Kode	Pertanyaan BI (cronbach's alpha = 0,872)	r
BI1	Saya berniat terus menggunakan FB di masa yang akan datang	0,731
BI2	Saya akan mencoba untuk menggunakan FB sehari-hari	0,812
BI3	Saya berencana untuk menggunakan FB sesering mungkin	0,731
Kode	Pertanyaan UB (cronbach's alpha = 0,918)	r
UB1	Posting (update status, lokasi, dsb)	0,795
UB2	Unggah (Gambar, Foto, File)	0,819
UB3	Ngobrol (chat, message)	0,748
UB4	Memberi komentar/like pada postingan teman	0,838
UB5	Promosi/menjual produk	0,718
UB6	Mengecek update dinding/wall	0,695

Pengujian validitas item kuesioner dilakukan dengan membandingkan nilai r-tabel dan nilai r-hitung. Item kuesioner dinyatakan valid jika nilai r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel ($r\text{-tabel} = 0,1133$). Sedangkan reliabilitas konstruk diukur berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha*. Konstruk dengan nilai alpha di atas 0,8 memiliki tingkat reliabilitas yang baik, dan di atas 0,7 dianggap cukup baik. Pengujian hipotesis dilakukan dengan teknik regresi linear ganda.

4. Hasil dan Pembahasan

Sebanyak 300 kuesioner telah disebarakan secara acak selama satu minggu,. Seluruh kuesioner dikembalikan dan dapat digunakan sebagai data. Hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner menunjukkan bahwa seluruh item kuesioner valid dan seluruh konstruk dinyatakan reliabel (tabel 2). Hasil pengujian asumsi klasik (tabel 2) sebagai syarat kelayakan data yang akan diregresi menunjukkan bahwa data berdistribusi normal ($\text{sig. of K-S} > 0,05$), bebas autokorelasi ($-2 < \text{D-W value} < 2$), dan bebas heteroskedastisitas ($\text{Sig. of absolut residual} > 0,05$).

Tabel 2 Hasil Pengujian Asumsi Klasik

Uji	Normalitas	Autokorelasi	Heteroskedastisitas
Variabel Dependen	Sig. of K-S	D-W value	Sig. of Absolut Residual
BI	0,516	1,738	1,000
UB	0,388	1,735	1,000

Hasil analisis regresi ditunjukkan pada Tabel 3. Berdasarkan analisis, diketahui bahwa variabel HM, PV dan HB berpengaruh secara signifikan terhadap BI, sedangkan variabel PE, EE, SI, dan FC memberikan hasil yang tidak signifikan. Secara keseluruhan ketujuh prediktor tersebut mampu menjelaskan varian pengaruh BI sebesar 74,1%. Terhadap variabel UB, hasil pengujian menunjukkan bahwa BI, FC, dan HB memberikan pengaruh yang signifikan. Ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan varian UB sebesar 48,7%. Dengan demikian hasil pengujian hipotesis disajikan pada Tabel 4.

Tabel 3 Hasil Analisis Regresi

Variabel Dependen	Variabel Independen	Path. coef	t-value
BI $R^2 = 0,741$ $F = 50,716^{***}$	PE	0,030	0,621
	EE	0,015	0,281
	SI	-0,009	-0,184
	FC	0,003	0,057
	HM	0,130**	2,444
	PV	0,150**	3,118
	HB	0,575***	11,230
UB $R^2 = 0,487$ $F = 30,724^{***}$	BI	0,302***	4,168
	FC	-0,117**	-2,223
	HB	0,245***	3,417
*** $p < 0,001$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,1$			

Sejalan dengan beberapa studi sebelumnya, penelitian ini menemukan bahwa HM, PV dan HB merupakan prediktor

BI. Demikian juga BI, FC, dan HB ditemukan mempengaruhi UB secara signifikan. Namun tidak ditemukan pengaruh signifikan pada PE, EE, FC, dan SI terhadap BI. Temuan ini berbeda dengan hasil yang dilaporkan [14] dan [15]. Kendati demikian, beberapa penelitian terdahulu juga melaporkan temuan yang serupa [1]; [6]; [7]; [9].

Hipotesis Penelitian	Hasil
H ₁ PE berpengaruh secara signifikan terhadap BI	Ditolak
H ₂ EE berpengaruh secara signifikan terhadap BI	Ditolak
H ₃ SI berpengaruh secara signifikan terhadap BI	Ditolak
H ₄ FC berpengaruh secara signifikan terhadap BI	Ditolak
H ₅ HM berpengaruh secara signifikan terhadap BI	Diterima
H ₆ PV berpengaruh secara signifikan terhadap BI	Diterima
H ₇ HB berpengaruh secara signifikan terhadap BI	Diterima
H ₈ BI berpengaruh secara signifikan terhadap UB	Diterima
H ₉ FC berpengaruh secara signifikan terhadap UB	Diterima
H ₁₀ HB berpengaruh secara signifikan terhadap UB	Diterima

Tabel 4 Hipotesis dan Hasil Pengujian

5. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan memberikan bukti empiris penggunaan model UTAUT2 untuk mengukur perilaku penggunaan facebook di kalangan mahasiswa. Hasil analisis menunjukkan bahwa BI dipengaruhi oleh HM, PV, dan HB. Sedangkan UB dipengaruhi oleh BI, FC, dan HB. Sedangkan PE, EE, SI, dan FC ditemukan tidak mempengaruhi BI secara signifikan. Sampai saat ini masih dilakukan pendalaman analisis atas temuan-temuan ini.

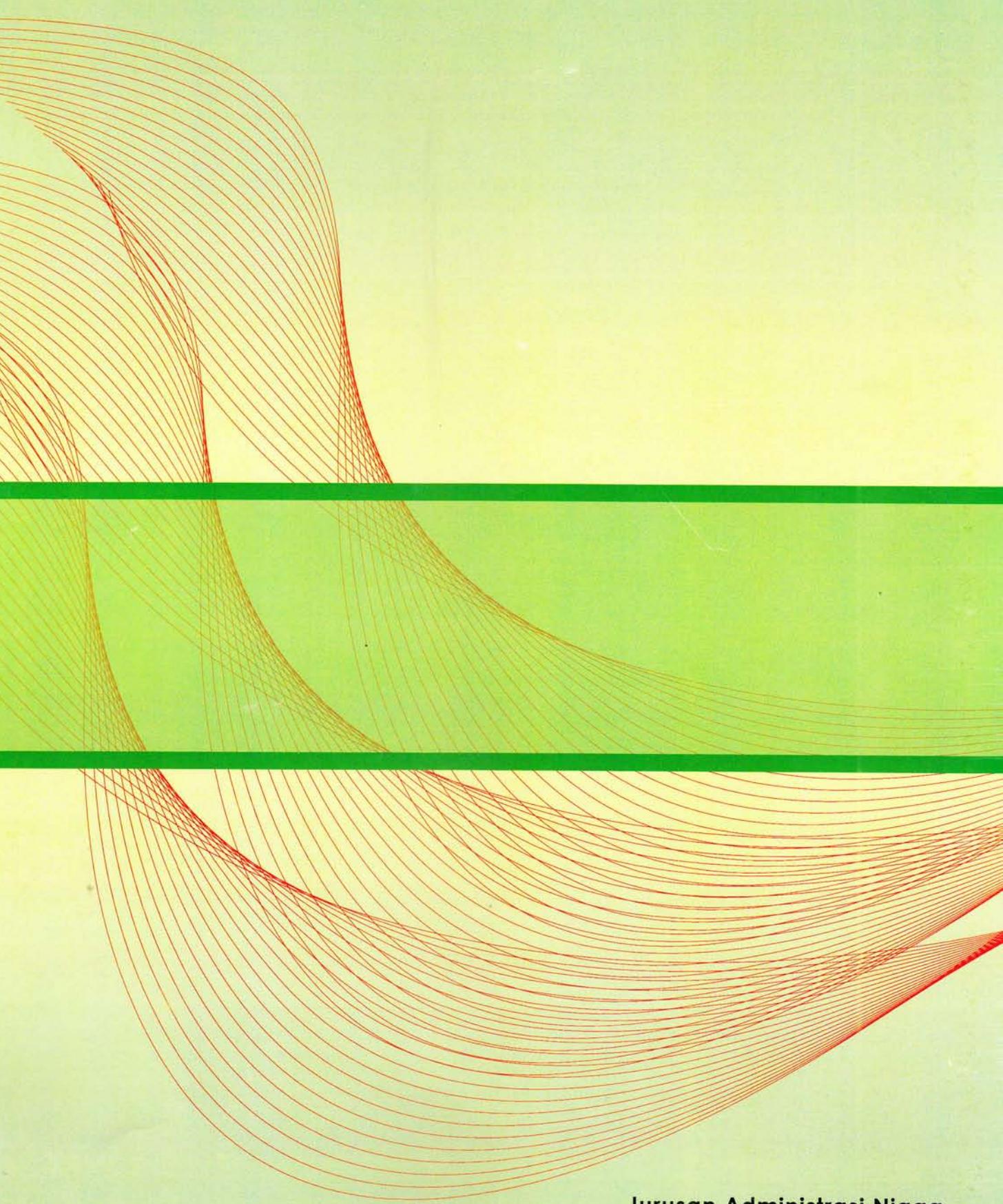
UCAPAN TERIMA KASIH

Tulisan ini merupakan bagian dari Program Hibah Penelitian Dosen Pemula tahun 2014 yang dibiayai DIPA Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi. Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada seluruh responden yang telah bersedia memberikan data. Juga kepada Pimpinan STT Musi dan STIE Musi yang telah memperkenankan kami melakukan penelitian pada kedua sekolah tinggi ini. Tidak lupa kepada Adi Ryansyah yang telah berkenan meluangkan waktunya. Akhirnya kepada seluruh kolega kami di STT Musi, terima kasih atas dukungan dan semangatnya.

Referensi

- [1] Borrero J.D., S.Y. Yousafzai, U.Javed, K.L. Page. "Expressive Participation In Internet Social Movements: Testing The Moderating Effect Of Technology Readiness And Sex On Student SNS Use". *Computer In Human Behavior* 30(2014). pp. 39-49. 2014.
- [2] Chong, A.Y.L., E.T.W. Ngai. "What Influences Travellers' Adoption Of A Location-based Social Media Service For Their Travel Planning". *PACIS 2013 Proceedings Paper 210*.
- [3] Dhulla, T. V., S. K. Mathur. "Adoption of Cloud Computing by Tertiary Level Students – A Study". *Journal Of Exclusive Management Science* 3(3). 2014.
- [4] Escobar-Rodriguez, T., E. Carvajal-Trujillo. "Online Drivers Of Consumer Purchase of Website Airline Tickets". *Journal Of Air Transport Management* 32(2013). pp. 58-64. 2013.
- [5] Gatautis, R., A. Medziausiene. "Factors Affecting Social Commerce Acceptance In Lithuania". *Proceedings of Social and Behavioral Sciences* 110(2014). Pp. 1235-1242.2014.
- [6] Lallmahomed, Muhammad ZI, N.Z. Ab.Rahim, Roliana Ibrahim, Azizah Abdul Rahman. "Predicting different conceptualizations of system use: Acceptance in hedonic volitional

- context (Facebook)". *Computers in Human Behavior* 29(6).pp. 2776-2787. 2013.
- [7] Lewis, C.C., C.E. Fretwell, J. Ryan, J.B. Parham. "Faculty Use Of Established and Emerging Tools In Higher Education: A Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Perspective". *International Journal of Higher Education* 2(2). Pp. 22-34. 2013.
- [8] Nikou, S., H. Bouwman. "Ubiquitous Use Of Mobile Social Network Services. *Telematic and Informatics*. 31(2014). pp. 422-433.2014.
- [9] Oechslein, O., M. Fleischmann, T. Hess. "An Application OF UTAUT2 onj Social Recommender Systems: Incorporating Social Information for Performance Expectancy". *Proceedings of The 47th Hawaii Conference on System Science*. Pp. 3297-3306.2014.
- [10] Oshlyansky, L., P. Cairns., H. Thimbleby. Validating the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Tool Cross-Culturally. *Proceedings of HCI 2007*. 2007.
- [11] Pratomo, Harwanto Bimo. "Indonesia Jadi Pasar Besar Situs Jejaring Sosial". <http://www.merdeka.com/>. diakses: 10 Desember 2013.
- [12] Raacke, John, and Jennifer Bonds-Raacke. "MySpace and Facebook: Applying the uses and gratifications theory to exploring friend-networking sites." *Cyberpsychology & behavior* 11(2). pp. 169-174. 2008.
- [13] Salim, B., "An Application of UTAUT Model For Acceptance of Social Media in Egypt: A Statistical Study". *International Journal Of Information Science* 2(6). Pp. 92-105.2012.
- [14] Venkatesh, V., M.G. Morris, G.B. Davis, F.D. Davis. "User Acceptance Of Information Technology: Toward A Unified View". *MIS Quarterly* 27(3). pp 425-478. 2003.
- [15] Venkatesh, V., J.L.Y. Thong, X. Xu. "Consumer Acceptance And Use Of Information Technology: Extending The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology". *MIS Quarterly* 36(1). pp. 157-178. 2012.



Jurusan Administrasi Niaga

Politeknik Negeri Bali

Jalan Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Badung Bali

Telp/Fax. 62 361 - 704571

Email : bisnis@pnb.ac.id , Laman : [http:// bisnis.pnb.ac.id](http://bisnis.pnb.ac.id)