

ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNAAN INTERNET UNTUK MERANGSANG INOVASI, KREATIVITAS DALAM RUMAH TANGGA

Kusnul Rodatul Janah¹, Nurul Huda²

Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bina Darma

Email: kusnulrodatuljanah@outlook.co.id¹, nurul_huda@binadarma.ac.id²

ABSTRACT

internet is interconnection networking which can simply be interpreted as a global network of computer networks. The variables that affect housewives in using internet media are 4 variables, namely Information, Fun, Communication and Transactions. The four variables are independent variables. While the dependent variable is the attitude or behavior of housewives in using internet media to stimulate innovation and creativity. The purpose of this research is to find out how the internet can stimulate innovation and creativity of housewives across the Kecamatan Seberang Ulu II in utilizing increasingly developing technology. Based on the results of the analysis using the 4 variables, we can find out what tendency for internet media such as laptops, smartphones, tv etc. are used by housewives in their daily activities and the analysis results of each variable are information of 0.078, pleasure by 0.252, communication by 0.087, and transaction of 0.166. All variables X affect the Y variable. The most influential on the attitude of housewives is the comfort variable. then with the results of the study socialized to housewives in the Kecamatan Seberang Ulu II.

Keywords: *Internet, Information, Fun, Communication and Transactions*

ABSTRAK

internet adalah *interconnection networking* dapat diartikan sebagai *a global network of computer networks*. Variabel yang mempengaruhi ibu rumah tangga dalam menggunakan internet terdapat empat (4) variabel yaitu informasi, kesenangan, komunikasi dan transaksi. Keempat variabel tersebut merupakan variabel bebas. Sedangkan variabel terikatnya adalah *attitude* atau perilaku ibu rumah tangga di dalam menggunakan media internet untuk merangsang inovasi dan kreativitasnya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana internet dapat merangsang inovasi dan kreativitas ibu rumah tangga kecamatan seberang ulu II dalam memanfaatkan teknologi yang semakin berkembang. Berdasarkan hasil analisis menggunakan 4 variabel tersebut kita bisa mengetahui cenderung untuk apa media internet seperti laptop, smartphone, tv dll digunakan ibu rumah tangga dalam kegiatan sehari – harinya dan hasil analisi setiap variabelnya adalah informasi sebesar 0,078, kesenangan sebesar 0,252, komunikasi sebesar 0,087, dan transaksi sebesar 0,166. Semua variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Yang paling berpengaruh terhadap *attitude* ibu rumah tangga yaitu variabel kesenangan. kemudian dengan hasil dari penelitian di sosialisasikan pada ibu rumah tangga di kecamatan seberang ulu II.

Kata Kunci : Internet, informasi, kesenangan, komunikasi dan transaksi

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan berjalannya waktu, kemajuan teknologi berjalan dengan sangat cepat dan semakin canggih, salah satu bentuk kemajuan teknologi tersebut adalah internet, yang tidak dapat dipungkiri lagi bahwa internet sudah menjadi kebutuhan primer kebanyakan orang. Berkat kemajuan teknologi internet, banyak orang dari berbagai golongan dari anak-anak, remaja, orang dewasa, sampai ibu – ibu terbantu dalam memenuhi segala kebutuhannya. Perkembangan internet pada kalangan rumah tangga memberikan peluang baru, pengaruh baik dan kontribusi yang positif, untuk merangsang inovasi dan kreativitas pemikiran yang kreatif tergantung pada pengetahuan yang dimiliki seseorang secara langsung yang memiliki ide kreatif yang disampaikan. Penyampaian ide kreatif tergantung dengan minat dan motivasi internal seseorang dalam mengerjakan pekerjaan atau pemikiran kreatif yang dapat memberi kepuasan atas tantangan yang dihadapi. Secara singkat inovasi adalah merupakan suatu kejadian, ide, gagasan, metode, yang dapat dirasakan sebagai sesuatu hal yang baru bagi seseorang atau masyarakat

Oleh karena itu dalam rumah tangga kehadiran internet merupakan penunjang utama dalam urusan rumah tangga sehingga perlu adanya media yang mampu memberikan inovasi dan menjadi solusi dari semua persoalan rumah tangga terutama semua kegiatan dalam rumah tangga yang dilakukan sehari – hari oleh setiap anggota keluarga terutama ibu rumah tangga pengguna smartphone, laptop dll yang berbasis internet.. Wayne Buente dan Alice Robbin (2008) melakukan riset dan investigasi mengenai trend aktivitas informasi internet dari warga Amerika dari kurun waktu Maret 2000 sampai Nopember 2004 yang telah berhasil mengategorikan kegiatan – kegiatan internet menjadi empat aspek kepentingan pengguna internet. Aspek – aspek tersebut ialah informasi (*information utility*), kesenangan (*leisure/fun activities*), komunikasi (*communication*), dan transaksi (*transaction*).

Berdasarkan penjabaran di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai analisis pengaruh internet terhadap perilaku pengguna di kalangan ibu rumah tangga di kecamatan seberang ulu II dengan topik yang berjudul “Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Internet Untuk Merangsang Inovasi, Kreativitas Dalam Rumah Tangga”. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1) bagaimana peran media internet dalam rumah tangga ? 2) Variabel apa yang paling berpengaruh signifikan terhadap *attitude* pengguna internet pada ibu rumah tangga kecamatan seberang ulu II? Tujuan penelitian ini adalah: 1) Bagaimana ibu rumah tangga menumbuhkan inovasi dan kreativitas dalam menggunakan media internet.

Tabel 1. Dimensi Kepentingan Penggunaan Internet berdasarkan Aktivitas Internet

Variabel	Dimensi
Informasi (X1)	Membantu untuk mencari bahan materi belajar anak
	Membantu mencari informasi produk kecantikan
	Membantu mengakses berita terbaru mengenai cuaca
	Membantu untuk mencari informasi kesehatan
	Membantu dalam mencari informasi pekerjaan
	Membantu mencari berita pemerintahan
	Membantu untuk mencari informasi seputar hobi
	Membantu untuk lebih mudah mendapatkan berita terbaru
Kesenangan (X2)	Sebagai media hiburan bermain game
	Membantu untuk berjualan online
	Membantu untuk mengunduh film
	Sebagai media hiburan mendengarkan musik
Komunikasi (X3)	Membantu untuk mencari berita / gosip seputar artis
	Membantu Untuk berkomunikasi melalui grup
	Membantu Untuk berkomunikasi dengan customer

Transaksi (X4)	Membantu untuk mengirim email Membantu untuk berbalas pesan di media sosial Membantu untuk berkomunikasi dengan keluarga Membantu mengakses jejaring sosial Membantu Untuk melakukan pembayaran non-tunai Membantu Untuk mengontrol keuangan Membantu transfer antar bank Membantu untuk membayar tagihan Membantu untuk berbelanja online
Attitude atau Perilaku pengguna (Y)	Apakah sudah membantu dalam kegiatan sehari-hari Digunakan untuk bermain game, menonton, mendengarkan musik, bermain sosial media berkepanjangan dan lain – lain

Jenis data penelitian ini adalah data primer diambil dari ibu rumah tangga pengguna internet dari kategori umur, pendidikan, dan pekerjaan. Yang pertama berdasarkan umur yaitu kurang dari 20 tahun, 20 – 30 tahun, 30 – 40 tahun, lebih dari 40 tahun. Kedua berdasarkan jenjang pendidikan SD, SMP, SMA, dan Perguruan Tinggi. Ketiga dari pekerjaan yaitu ibu rumah tangga, pedagang, pegawai negeri sipil, dan pekerjaan lainnya. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dan diolah menggunakan paket software SPSS (*Statistical Products and Service Solution*) versi 24.

1.1 Internet

Randal dan Latulipe (2005) dalam Mujiyana dkk (2012) berpendapat bahwa internet kepanjangan dari *interconnection networking* secara sederhana dapat diartikan sebagai *a global network of computer networks*.

1.2 Inovasi dan Kreativitas

Everett M. Rogers (1983) dalam Sudjana (1983) mengemukakan pendapatnya bahwasanya inovasi merupakan suatu ide baru, gagasan, praktik, objek atau benda yang diterima menjadi satu hal yang baru oleh seseorang atau kelompok untuk di kembangkan.

Suryana (2003) dalam Hadiyati (2010) menyatakan bahwa kreativitas adalah: “Berpikir sesuatu yang baru”. “Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang”.

Jadi inovasi dan kreativitas adalah suatu ide atau gagasan baru yang muncul kemudian kreativitaslah yang mampu mengembangkan ide – ide baru dalam menghadapi persoalan dan mengambil peluang baru.

1.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama adalah penelitian yang dibuat oleh Nyimas Sopiah, dan Eka Puji Agustini tentang Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Internet Pada Warnet. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk memahami faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat signifikan pengguna internet di warnet jalan Ahmad Yani Palembang untuk memahami variabel apa yang sangat berpengaruh dari keempat aspek yaitu informasi (*information utility*), kesenangan (*leisure/fun activities*), komunikasi (*communication*), dan transaksi (*transaction*).

Penelitian kedua dilakukan oleh Agus Dwi Atmoko “analisa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa” tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan mutu dan kualitas pelayanan mahasiswa dan dalam peningkatan kualitas penelitian ini memiliki lima acuan atau penentu dalam proses peningkatan kualitas layanan mahasiswa yaitu Keandalan (*reliability*) Merupakan suatu kemampuan dari penyedia jasa untuk menyediakan *service* yang sudah dijanjikan secara tepat, dapat dipercaya dan juga dapat di andalkan.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam Penelitian ini menggunakan bentuk penelitian kuantitatif. Desain penelitian yang akan digunakan yaitu desain penelitian kausal yang bertujuan agar dapat melihat pengaruh yang signifikan antar variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Populasi dalam

penelitian ini adalah ibu rumah tangga pengguna internet yang berada di wilayah kecamatan seberang ulu II. Sampel dalam penelitian ini berasal dari populasi ibu rumah tangga pengguna media internet. Data tersebut meliputi informasi, kesenangan, komunikasi dan transaksi serta data mengenai *attitude*, (perilaku) pengguna dalam kepentingan menggunakan internet. Metode pengumpulan data yaitu studi pustaka merupakan pengumpulan sumber data dari proses mencari, membaca, memahami, dan menganalisis berbagai literatur, hasil penelitian yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan kemudian kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis pada.

2.1 Langkah-langkah penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan pada penggunaan internet pada ibu rumah tangga (1), lalu dilakukan analisis faktor – faktor yang mempengaruhi penggunaan internet prosedur *wayne buente dan alicie robbin* (2), untuk metode pengumpulan datanya menggunakan studi pustaka dan penyebaran kuesioner kepada ibu rumah tangga(3), kemudian dilanjutkan pada tahap berikutnya yaitu tahap penggunaan internet yaitu variabel informasi (*information utility*) X1, variabel kesenangan (*leisure/fun activities*) X2, variabel komunikasi (*communication*) X3, dan variabel transaksi (*transaction*) X4(4), .masing-masing penggunaan internet diuji dengan *attitude* atau perilaku pengguna (Y) (5), Setelah tahap pengguna selesai dilakuka, selanjutnya adalah menyebarkan kuesioner(6), yang terakhir akan dilakukan perhitungan hasil penelitian(7).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Objek Penelitian

Fenomena dalam penelitian yaitu ibu rumah tangga di kecamatan seberang ulu II Palembang. Respondennya adalah pemakai ibu rumah tangga pengguna media internet yang berjumlah sebanyak 100 ibu rumah tangga.

3.2 Analisis Statistik

Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan yaitu kuesioner yang disebarkan pada ibu rumah tangga pengguna internet untuk mengetahui *attitude* atau perilaku ibu rumah tangga kecamatan seberang ulu II pengguna internet. Karakteristik responden dalam penelitian ini pertama berdasarkan umur, kedua berdasarkan pendidikan dan yang ketiga berdasarkan pekerjaannya. Pertama berdasarkan umur yaitu diperoleh responden berdasarkan umur kurang dari 20 tahun sebanyak 7%, 20 sampai 30 tahun sebanyak 49%, 30 sampai 40 tahun sebanyak 31%, dan lebih dari 40 tahun sebanyak 13%. Kedua berdasarkan jenjang pendidikan pendidikan SD sebanyak 10%, SMP sebanyak 20%, SMA sebanyak 46% dan Perguruan tinggi sebanyak 24%. Ketiga berdasarkan pekerjaan yaitu ibu rumah tangga sebanyak 34%, pedagang sebanyak 17%, pegawai negeri sipil (PNS) sebanyak 7%, dan pekerjaan lainnya sebanyak 42%.

3.3 Deskripsi Variabel

Didalam penelitian ini variabel independen (bebas) ada 4. Variabel ini mempunyai sejumlah pernyataan atau pertanyaan yang pertama variabel informasi (X1) memiliki 8 indikator pertanyaan, variabel yang kedua kesenangan (X2) yang mempunyai 5 indikator pertanyaan, yang ketiga variabel yang komunikasi (X3) yang mempunyai 6 indikator pertanyaan, dan variabel bebas yang ke empat transaksi (X4) yang mempunyai 5 indikator pertanyaan. Kemudian penelitian ini mempunyai variabel terikat yaitu *attitude* atau perilaku ibu rumah tangga (Y) yang mempunyai 2 indikator pertanyaan. variabel bebas yang pertama yaitu informasi (X1). Hasilnya menyatakan bahwa sejumlah 0% sangat tidak setuju, 0% tidak setuju, 16% netral, 52% setuju, dan 32% sangat setuju. Berdasarkan jawaban diatas maka setuju adalah jawaban tertinggi responden. variabel bebas yang kedua yaitu kesenangan (X2). Hasilnya menyatakan bahwa sejumlah 0% sangat tidak setuju, 0% tidak setuju, 30% netral, 48% setuju, dan 23% sangat setuju. Berdasarkan jawaban diatas maka netral adalah jawaban tertinggi responden. variabel bebas yang ketiga yaitu

komunikasi (X3). Hasilnya menyatakan bahwa sejumlah 0% sangat tidak setuju, 0% tidak setuju, 20% netral, 44% setuju, dan 35% sangat setuju. Berdasarkan jawaban diatas maka setuju adalah jawaban tertinggi responden. variabel bebas yang keempat yaitu transaksi (X4). Hasilnya menyatakan bahwa sejumlah 0% sangat tidak setuju, 0% tidak setuju, 48% netral, 44% setuju, dan 8% merasa sangat setuju. Berdasarkan jawaban diatas maka setuju adalah jawaban tertinggi responden. variabel terikat adalah *attitude* atau perilaku ibu rumah tangga (Y). Hasilnya menyatakan bahwa sejumlah 0% sangat tidak setuju, 0% tidak setuju, 15% netral, 46% setuju, dan 40% sangat setuju. Hal ini menunjukkan responden setuju bahwa variabel *attitude* sebagai faktor untuk membantu kegiatan sehari – hari dalam melakukan aktivitas ibu rumah tangga.

3.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Validitas menunjukkan sejauh mana instrumen dapat mengukur apa yang ingin diukur. Kuesioner yang digunakan peneliti sebagai instrumen dalam penelitian ini diuji coba tingkat validitasnya menggunakan acuan pada nilai r-tabel, dimana nilai korelasi yang untuk dipergunakan mengukur tingkat validitas (r_{bt}) harus positif atau lebih besar. Dalam penelitian ini $N=100$, kemudian r-tabel dengan tingkat signifikan 95% adalah 0.195. Keempat variabel ialah informasi (X1), kesenangan (X2), komunikasi (X3) dan transaksi (X4) bahwasanya seluruh pertanyaan bisa dinyatakan valid. Sebaliknya variabel terikat yaitu *attitude* (Y), semua pertanyaan dinyatakan valid. Untuk mengetahui reliabilitas dari pertanyaannya ialah dengan cara melihat nilai Alpha (lihat pada kolom *Cronbach's Alpha* di dalam tabel *reliability statistics*), kemudian nilai nya dibandingkan dengan nilai yang konstanta yaitu 0,6.

Tabel 3.1 Rekapitulasi hasil uji reliabilitas

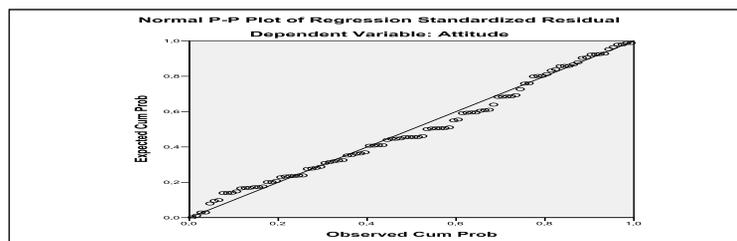
<i>Variable</i>	<i>Cronbach's alpha</i>	Keterangan
	> 0,6	
Informasi	0,770	<i>Reliabel</i>
Kesenangan	0,822	<i>Reliabel</i>
Komunikasi	0,680	<i>Reliabel</i>
Transaksi	0,588	<i>Reliabel</i>
<i>Attitude</i>	0,364	<i>Reliabel</i>

Sumber: Data primer diolah menggunakan softwarer SPSS Versi 24

Pada tabel diatas bisa dilihat bahwa nilai cronbach's alpha dari semua variabel > 0,6 dapat dikatakan *reliable*.

3.5 Uji Analisis Regresi Berganda

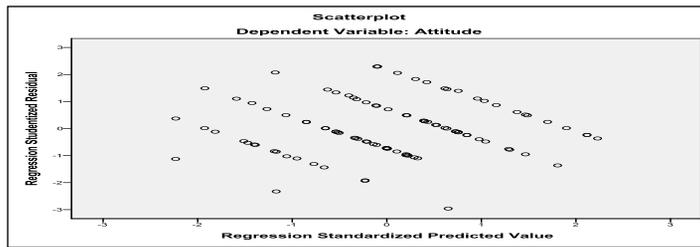
Pengujian normalitas dianalisis dengan menggunakan teknik pengujian P – P plot, bila titik – titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan data tersebut berdistribusi normal.



Gambar 1. Uji Normalitas

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat bahwa titik – titik menyebar di sekitar garis diagonal, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas menggunakan P – P plot di atas, dapat di simpulan bahwa semua data berdistribusi normal. Dengan demikian pernyataan dan persyaratan normalitas dalam model regresi telah terpenuhi.

Teknik pengujian heteroskedastisitas menggunakan pengujian scatterplot bermaksud untuk mengetahui apakah didalam model regresi timbul ketidaksamaan varians dan residual pengamatan, dengan kategori bila titik – titik menyebar secara acak dan data menyebar dengan baik diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Dari gambar uji heterokedastisitas menggunakan scatterplot dapat dilihat asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.



Gambar 2 Uji Heterokedastisitas

Autokorelasi yaitu terdapat kolerasi antar variabel itu sendiri, pada pengamatan yang berbeda waktu atau individu. Umumnya pada kasus ini banyak yang terjadi pada data time series. Gejala autokorelasi ini dapat dideteksi dengan menggunakan uji Durbin-Watson.

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,754 ^a	,568	,550	,69758	1,754
a. Predictors: (Constant), Transaksi, Komunikasi, Kesenangan, Informasi					
b. Dependent Variable: Attitude					

Gambar 3 Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil pengolahan dengan SPSS 24 di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai statistik Durbin-Watson (D-W) sebesar 1,754. Berikutnya nilai tersebut akan di bandingkan oleh nilai tabel durbin watson pada signifikansi 5% kemudian ditemukan nilai dL sebesar 1.592 dan nilai dU sebesar 1.758 nilai durbin watson sebesar sebesar $1,754 > dU$ yaitu 1.758 dan kurang dari $(4-dU)$, $4 - 1.758 = 2.242$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

Multikolonieritas yaitu variabel independen (bebas) yang diperoleh didalam model regresi mempunyai signifikansi yang sempurna atau koefisien korelasinya tinggi. Hasil dari adanya multikolonieritas yaitu tidak tentu atau kesalahan standarnya tidak terhingga. Model regresi yang benar adalah bila tidak terbentuk kolerasi setiap variabel. Ada tidaknya multikolonieritas bisa dilihat dari Variance Inflation Factor (VIF). Batas nilai VIF yaitu 10, jika nilai VIF lebih dari 10 maka dapat disimpulkan terjadi multikolinieritas dan jika nilai VIF kurang dari 10 maka disimpulkan tidak terjadinya multikolinieritas.

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error					Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,778	,847		2,100	,038		
	Informasi	,078	,035	,241	2,249	,027	,394	2,536
	Kesenangan	,252	,032	,645	7,764	,000	,659	1,518
	Komunikasi	,087	,040	,220	2,167	,033	,440	2,275
	Transaksi	-,166	,055	-,276	-3,035	,003	,551	1,815

a. Dependent Variable: Attitude

Gambar 4 Uji Multikolonieritas

Berdasarkan nilai VIF semua variabel semua variabel tersebut < 10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolonieritas. karena semua nilai tolerance pada setiap variabelnya kurang dari 10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi Multikolonieritas diantara empat variabel bebas.

3.6 Uji Regresi Linier Berganda

Hasil olah data uji regresi linier berganda menggunakan software SPSS sebagai berikut:

Tabel 3.3 Tabel Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variab le	B	Beta	T hitung	Tingkat Signifikan	Keterangan
Konstanta	1,778,		2,100	0,038	Berpengaruh
Informasi	0,078	0,241	2,249	0,027	pada model
Kesenangan	0,252,	0,645	7,764	0,000	regresi
Komunikasi	0,087	0,220	2,167	0,033	Signifikan
Transaksi	-0,166	-0,276	-3,035	0,003	Signifikan
					Signifikan
					Signifikan
F hitung	31,221				
Signifikan	0,000				
R	0,754				
R ²	0,568				

Sumber: Data primer SPSS 24

Dari hasil hitung pada tabel diatas dapat ditulis dalam bentuk persamaan regresi unstandardized adalah $Y = 1,778 + 0,078 + 0,252 + 0,087 - 0,166$. Angka koefisien regresi variabel informasi sebesar 0,078 dapat diartikan setiap perubahan *attitude*, meningkatkan nilai informasi sebesar 0,078. Sebaliknya jika angka negatif (-), berlaku perubahan *attitude* pengguna. Angka koefisien regresi variabel kesenangan sebesar 0,252 dapat diartikan setiap perubahan *attitude*, meningkatkan nilai kesenangan sebesar 0,252. Sebaliknya jika angka negatif (-), berlaku perubahan *attitude* pengguna. Angka koefisien regresi variabel komunikasi sebesar 0,087 dapat diartikan setiap perubahan *attitude*, meningkatkan nilai komunikasi sebesar 0,087. Sebaliknya jika angka negatif (-), berlaku perubahan *attitude* pengguna. Angka koefisien regresi variabel transaksi sebesar - 0,166 yang berarti ada perubahan *attitude* pengguna pada variabel transaksi sebesar - 0,166. Nilai konstanta sebesar 1,778 dapat diartikan apabila informasi, kesenangan, komunikasi,

dan transaksi konstan tidak mengalami perubahan.

3.7 Pembuktian Hipotesis

Pembuktian hipotesis dilakukan dengan dua cara uji t dan uji f. Uji F-hitung (fh) atau ($p < 0.05$) bertujuan buat menguji apakah variabel – variabel informasi, kesenangan, komunikasi, dan transaksi secara serentak mempunyai dampak yang signifikan terhadap perilaku ibu rumah tangga pemakai media internet. Melihat t tabel dengan nilai sebesar 1,984. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1) Bila nilai t hitung $<$ nilai t tabel maka, H₀ diterima
- 2) Bila nilai t hitung $>$ nilai t tabel maka, H₀ ditolak

Variabel pertama informasi, nilai t hitung $2,249 > 1,984$ (nilai t tabel), H₁ diterima atau yang ditolak H₀ yang bermaksud koefisien regresi diterima koefisien regresi signifikan atau informasi berpengaruh secara signifikan pada *attitude* atau perilaku ibu rumah tangga pengguna internet. Variabel kedua, kesenangan, nilai t hitung $7.764 > 1,984$ (nilai t tabel), H₁ diterima atau yang ditolak H₀ yang bermaksud koefisien regresi diterima koefisien regresi signifikan atau kesenangan berdampak secara signifikan pada *attitude* atau perilaku ibu rumah tangga pengguna internet. Variabel ketiga, komunikasi, nilai t hitung $2.167 > 1,984$ (nilai t tabel), H₁ diterima atau yang ditolak H₀ berarti koefisien regresi diterima koefisien regresi signifikan atau komunikasi berpengaruh secara signifikan terhadap *attitude* atau perilaku ibu rumah tangga pengguna internet. Variabel keempat transaksi, nilai t hitung $3.035 > 1,984$ (nilai t tabel), H₁ diterima atau yang ditolak H₀ yang berarti koefisien regresi diterima koefisien regresi signifikan atau transaksi berpengaruh secara signifikan terhadap *attitude* atau perilaku ibu rumah tangga pengguna internet.

4. KESIMPULAN

Dari hasil pengolahan data dan pembahasan penelitian diatas, maka dapat diambil kesimpulannya sebagai berikut :

- 1) Dilihat dari semua uji asumsi klasik semua hasil uji model regresi berdistribusi normal tidak ada gejala heterokedastisitas, autokorelasi, dan multikolinieritas.
- 2) Dilihat dari tingkat signifikansi dan nilai t hitung ibu rumah tangga pengguna internet adalah informasi, kesenangan, komunikasi, dan transaksi yang diperoleh menyatakan bahwa ada efek positif signifikan pada *attitude* ibu rumah tangga pengguna internet secara parsial.
- 3) Dari tingkat signifikansi dan nilai t hitung dari setiap variabel ialah variabel informasi, variabel kesenangan, variabel komunikasi, dan variabel transaksi yang didapat menyatakan bahwa ada efek yang positif dan signifikan pada *attitude* atau perilaku ibu rumah tangga pemakai media internet secara simultan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] academia.edu. (T.T.-A). academia.edu. Diambil 2 Juli 2019, Dari <https://www.academia.edu/>
- [2] Atmoko, A. D. (2017). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa. 5(2), 14.
- [3] blog.binadarma.ac.id.(T.T.-A). blog.binadarma.ac.id. Diambil 2 Juli 2019, Dari blog.binadarma.ac.id
- [4] Buente, W., & Robbin, A. (2008). Trends In Internet Information Behavior, 2000-2004. Journal Of The American Society For Information Science And Technology, 59(11), 1743–1760. <https://doi.org/10.1002/Asi.20883>
- [5] E-Lis. (T.T.-B). E - Prints In Library And Information Science. Diambil 14 Juli 2019, Dari <http://eprints.rclis.org/11691/>

- [6] [\(T.T.-B\)](http://eprints.binadarma.ac.id). eprints.binadarma.ac.id. Diambil 10 Juli 2019, Dari eprints.binadarma.ac.id
- [7] Hadiyati, E. (2011). Kreativitas Dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(1). <https://doi.org/10.9744/jmk.13.1.8-16>
- [8] [\(T.T.-C\)](http://if.binadarma.ac.id). [If.Binadarma.Ac.Id](http://if.binadarma.ac.id). Diambil 5 Maret 2019, Dari if.binadarma.ac.id
- [9] Johar A. (2017). *Spss 24 Untuk Penelitian Dan Skripsi*. Jakarta: Pt Elex Media Komputindo.
- [10] Mz, A. B. (2012). *Pengaruh Internet Terhadap Kenakalan Remaja*. 9.
- [11] Nyimas S, E. P. A. (T.T.). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Internet Pada Warnet*. Seminar Nasional Inovasi Dan Tren (Snit) 2014.
- [12] Sahid R. (09). *Cara Mudah Belajar Spss*. Diambil 9 April 2019, Dari www.spssindonesia.com
- [13] seminar.bsi.ac.id. Disakses 22 Agustus 2019, dari www.seminar.bsi.ac.id
- [14] Sopiah, N. (2013). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Media Facebook*, 5.
- [15] Sudjana, D. (2015). *Kartu Kation-Anion Sebagai Inovasi Media Pembelajaran Pada Mata Pelajaran Kimia Di Sekolah Menengah Atas (Sma)*. (1), 17.
- [16] Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta Bandung