

Tania Sisilia, 10311023, **Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Niat Penggunaan Layanan Internet Kartu simPATI, (Studi Pada Mahasiswa Muhammadiyah Gresik)**, Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Gresik, Februari, 2014.

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan secara parsial dan simultan terhadap niat penggunaan layanan kartu simPATI. Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Muhammadiyah Gresik dengan jumlah sampel 75 responden dengan menggunakan teknik accidental sampling yaitu individu – individu yang kebetulan dijumpai saja sebagai sampel. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = 0,243X_1 + 0,493X_2 + 0,228X_3$ . Berdasarkan analisis data statistik, indikator – indikator dalam penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolonieritas dan tidak terjadi heteroskedastistik dan populasi data berdistribusi normal. Variabel yang paling berpengaruh adalah variabel persepsi kemudahan penggunaan dengan koefisien regresi sebesar 0,493, berikutnya variabel persepsi manfaat sebesar 0,243 dan variabel kepercayaan sebesar 0,228. Pada pengujian uji F dapat diketahui bahwa variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap niat penggunaan layanan. Kemudian melalui pengujian hipotesis menggunakan uji t yang menunjukkan bahwa ketiga variabel yaitu persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan penggunaan (X2), dan kepercayaan (X3), yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen niat penggunaan layanan (Y).

Kata Kunci : persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan niat Penggunaan

Tania Sisilia, 10311023, *Influence Analysis Perception of Benefit, Perceived Ease of Use and Confidence Intention to Use Internet Service simPATI Card (Study College Student Muhammadiyah University)*, Management, Faculty of Economics, University of Muhammadiyah Gresik, February , 2014.

### **ABSTRACT**

*This study to determine how much influence the perception of benefit, perceived ease of use and confidence and simultaneous partial to the intention to use internet service simPATI card. The population studies in this research is the college student muhammadiyah gresik with a sample of 75 respondents using accidental sampling technique that individuals who happen to be found only in the sample. Based on the result of the study found the following regression equation :  $Y = 0,243X_1 + 0,493X_2 + 0,228X_3$ . Based on statistical data analysis, the indicators in this study valid and reliabel. In the classical assumption test, regression model, and does not occur free multikolonieritas, heteroskedastistik and normal distribution of data populations. Most influential variable is the perceived ease of use variable regression coefficient of 0,493, the next variable perception of benefit of 0,243 and 0,228 for the variable confidence. In testing the F test can be seen that the variable perception of benefit, perceived ease of use and confidence jointly influence intention to use. Then through hypothesis testing using the t test showed that the three variables: perception of benefit (X1), perceived ease of use (X2), and confidence (X3) were studies shown to significantly affect the dependent variable is the intention to use (Y).*

*Keywords: perception of benefit, perceived ease of use, confidence and intention to use.*