



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising and Marketing Communication
Rika Prasetyaningrum
44311010018

Identifikasi Faktor Internal Mahasiswa UMB dalam Menggunakan UMB *Mobile*

Jumlah halaman : x + 67 halaman + 22 lampiran

Bibliografi : 33 acuan, Tahun 2000 - 2015

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan munculnya aplikasi *mobile* kedalam dunia pendidikan. Berkembangnya aplikasi *mobile* dalam dunia pendidikan ditandai dengan munculnya layanan sistem informasi akademik berbasis *mobile*, seperti halnya Universitas Mercu Buana yang telah mengeluarkan layanan sistem akademik berbasis *mobile* yang diberi nama UMB *mobile*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor internal apa saja yang mempengaruhi mahasiswa dalam menggunakan UMB *mobile*.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teori faktor internal perilaku konsumen. Yang menjelaskan bahwa terdapat lima dimensi pada faktor internal yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, sikap, dan kepribadian.

Tipe penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana peneliti menyebarkan kuesioner kepada 257 responden yaitu, mahasiswa Universitas Mercu Buana regular angkatan 2013 dan 2014 dengan menggunakan analisis faktor.

Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat diperoleh kesimpulan bahwa dari 21 variabel yang memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut hanya dapat direduksi menjadi 8 faktor saja yaitu faktor tampilan produk, faktor kepribadian, faktor persepsi, faktor motivasi, faktor ukuran produk, faktor pembelajaran, faktor kebutuhan dan faktor sikap.