

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh manfaat dan kemudahan terhadap Niat menggunakan dalam melakukan *online shopping* pada situs Jejaring Sosial Facebook baik secara parsial maupun simultan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh adalah mahasiswa yang pernah melakukan pembelian online dengan facebook di Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagian yang melakukan pembelian online dengan facebook yaitu sebanyak 100 responden yang dianggap telah cukup mewakili populasi yang diteliti. Teknik penarikan sampel menggunakan metode *Convenience Sampling* yaitu pemilihan sekelompok subyek berdasarkan atas kemudahan dalam hal menghubungi atau menjangkau subyek penelitian. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Deskriptif, dan Analisis Kuantitatif dengan model Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat (*perceived usefulness*) mempengaruhi niat mahasiswa menggunakan facebook dalam bertransaksi online. Hasil juga menemukan bahwa kemudahan (*perceived ease of use*) mempengaruhi niat mahasiswa menggunakan facebook dalam bertransaksi online dan secara serentak manfaat dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap niat mahasiswa menggunakan facebook dalam bertransaksi online.

Kata Kunci : Manfaat, Kemudahan, Niat Menggunakan

