

ANALISIS PENGARUH USIA DAN JENIS APLIKASI TERHADAP DURASI PENGGUNAAN GAWAI DALAM SATU HARI

Fransisca Wijaya^{1*}, Vivian Yindy Hartanto², Fakhri Zyan Alif Widiyanto³, Equin Hertaiswari⁴, Jessica Caroline Kurniawan⁵, Casey Yoan Paquita⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Prasetya Mulya, BSD, Tangerang

*Email korespondensi: fransisca.wijaya@pmb.ac.id

ABSTRACT

The digital era has made many people spend more time with their gadgets for many purposes such as social interactions, works, shoppings, etc. The applications that are often used for these purposes are social media applications, gaming applications, hiburan applications (such as Youtube), and e-commerce applications for shopping. The aim of this research is to find out the effect of age and duration of application use to the duration of gadget use in a day. This study employed a quantitative approach and was conducted through online questionnaire which was distributed to 111 respondents. All of the data collected were analyzed using the multiple linear regression method, described through $Y = 2,377 + 0,753X_1 + 0,836X_2 + 0,850X_3 + 0,840X_4 - 0,007X_5$ linear equation. This study proves that age (X_5) does not significantly affect the length of time using the device. However, other independent factors, namely social media applications (X_1), permainan (X_2), hiburan (X_3), and e-commerce (X_4), are significantly influencing, but the most influencing is social media applications with average duration of use is 5 hours per day.

Keywords: Applications, Duration, Effect, Gadgets, Multiple linear regression

ABSTRAK

Era digital membuat banyak orang lebih menghabiskan waktunya pada gawai untuk berbagai keperluan, seperti keperluan interaksi, pekerjaan, belanja, dll. Aplikasi yang sering digunakan untuk keperluan tersebut antara lain adalah media sosial, permainan, hiburan (seperti *Youtube*), dan juga *e-commerce* untuk berbelanja. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh usia dan durasi penggunaan aplikasi terhadap durasi penggunaan gawai secara keseluruhan dalam satu hari. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* kepada 111 orang responden. Data dianalisis menggunakan metode regresi linear berganda dan didapati persamaan garis $Y = 2,377 + 0,753X_1 + 0,836X_2 + 0,850X_3 + 0,840X_4 - 0,007X_5$. Penelitian ini membuktikan bahwa usia (X_5) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap durasi penggunaan gawai. Namun, faktor independen lainnya, yaitu aplikasi media sosial (X_1), permainan (X_2), hiburan (X_3), dan *e-commerce* (X_4) berpengaruh secara signifikan. Di antara empat faktor tersebut, yang paling berpengaruh terhadap durasi penggunaan gawai dalam 1 hari adalah aplikasi media sosial dengan rata-rata durasi penggunaan adalah 5 jam per hari.

Kata Kunci : Aplikasi, Durasi, Gawai, Pengaruh, Regresi linear berganda

1. PENDAHULUAN

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), gawai adalah sebuah alat atau perkakas, namun seiring perkembangan jaman saat ini, gawai atau yang dalam Bahasa Inggris disebut dengan *gadget* merupakan sebuah alat elektronik yang memiliki fungsi tertentu dan nilai kepraktisan di dalam pemakaiannya. Gawai digunakan untuk memudahkan serta membantu manusia dalam menjalankan aktivitas sehari-harinya, yang terbagi dalam lima bentuk yaitu media komunikasi, media hiburan, menambah wawasan, dan gaya hidup. Dalam kesehariannya, sebagian besar manusia tentunya melibatkan gawai untuk mempermudah aktivitasnya.

Saat ini, gawai menjadi perangkat yang penting karena setiap orang dapat melakukan apapun dengan menggunakan gawai. Mulai dari mencari informasi hingga bersosialisasi. Hal ini dapat dilakukan karena banyak aplikasi yang dapat diunduh pada gawai. Aplikasi merupakan suatu program yang memiliki aktivitas pemrosesan perintah yang diperlukan untuk melaksanakan permintaan pengguna dengan tujuan tertentu (Supriyanto, 2005). Keberadaan aplikasi menjadi salah satu faktor yang membuat seseorang menggunakan gawai. Berdasarkan jenisnya, aplikasi-aplikasi tersebut bisa diklasifikasikan dalam beberapa kelompok diantaranya adalah: aplikasi media sosial, aplikasi permainan, aplikasi hiburan, dan aplikasi *e-commerce*. Aplikasi media sosial yang digunakan untuk bersosialisasi misalnya antara lain *Instagram, Twitter, Tiktok, Line, Whatsapp, Facebook, WeChat, Telegram, Snapchat*. Aplikasi permainan yang digunakan untuk bermain baik secara *online* maupun *offline* antara lain *Mobile Legend, The Sims, PUBG* dll. Aplikasi hiburan yang digunakan untuk mendapatkan hiburan lainnya seperti *Netflix, Disney Plus, Iflix, Vuu, Video.com, Mola Tv, HBO, Youtube, Pinterest*. Aplikasi *e-commerce* yang digunakan untuk bertransaksi belanja antara lain *Gojek, Grab, Shopee, Tokopedia, Zalora, Blibli*, dll. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Hootsuite (2021), aplikasi-aplikasi pada gawai yang paling banyak digunakan antara lain: *WhatsApp* untuk aplikasi media sosial, *Mobile Legend Bang Bang* untuk aplikasi permainan, *Youtube* untuk aplikasi hiburan, dan *Shopee* untuk aplikasi *e-commerce*.

Kemudahan dalam mengoperasikan gawai dan aplikasi di dalamnya saat ini membuat semua kalangan dapat dengan mudah menggunakannya mulai dari kalangan anak hingga dewasa. Setiap kalangan tersebut tentunya memiliki kepentingan masing-masing dalam penggunaan gawai dan jenis aplikasi yang paling sering diakses. Hal inilah yang mempengaruhi durasi penggunaan gawai yang berbeda satu dengan yang lainnya. Untuk itu, penelitian ini dibuat untuk mengetahui bagaimana pengaruh usia dan jenis aplikasi terhadap durasi penggunaan gawai dan juga mengetahui jenis aplikasi yang paling mempengaruhi durasi penggunaan gawai dalam kurun waktu satu hari.

2. METODOLOGI

2.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah pendekatan kepada pengamatan berdasarkan pengalaman untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menunjukkan dalam informasi atau data numerik daripada naratif (Given, 2008). Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dalam bentuk isian melalui Google Formulir. Kuesioner dibuat secara terstruktur dan disebarluaskan secara daring melalui berbagai *platform* media sosial dengan total responden sebanyak 111 orang yang berasal dari daerah Jabodetabek..

Kriteria yang digunakan untuk responden antara lain: merupakan Warga Negara Indonesia, memiliki dan menggunakan gawai jenis apa pun, dan memiliki aplikasi yang

termasuk dalam golongan jenis aplikasi media sosial, aplikasi *permainan*, aplikasi *hiburan*, dan aplikasi *e-commerce*. Data durasi penggunaan untuk setiap aplikasi adalah dalam satuan jam dan usia dalam satuan tahun.

2.4 Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah sebuah analisis statistik untuk dapat mengetahui pengaruh beberapa variabel bebas yang disebut dengan data independen terhadap variabel terikat yaitu variabel dependen (Firdaus, 2010). Regresi linear berganda dan sederhana memiliki perbedaan yang terletak pada jumlah variabelnya. Dalam kasus penelitian ini, telah digunakan lima macam variabel bebas, yang menjadikan penelitian ini harus diolah dengan metode linear regresi berganda.

Dalam metode ini, seluruh nilai variabel bebas dimasukkan ke dalam perhitungan regresi secara bersamaan. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menciptakan estimasi rata-rata serta nilai variabel terikat (Y) yang didasarkan pada variabel bebas (X). Analisis linear regresi dapat menguji hipotesis yang sudah dibuat terkait karakteristik dependensi. Selain itu, analisis ini juga digunakan untuk memperoleh pola hubungan variabel bebas dan terikat. Analisis data regresi linear berganda menggunakan *Microsoft Excel version 16.43*. Berikut adalah model yang digunakan untuk menganalisis regresi berganda (Lind, 2021):

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + e$$

Keterangan:

Y	= Variabel terikat (<i>Dependent</i>) atau variabel <i>response</i> .
X	= Variabel bebas (<i>Independent</i>) atau variabel <i>predictor</i> .
α	= Intersep
β	= Koefisien Regresi
e	= <i>disturbance error</i>

Keterangan Variabel

Y : Durasi penggunaan gawai dalam satu hari (dalam jam)

X₁: Durasi Penggunaan Aplikasi Media Sosial dalam jam (Cth: *Instagram, Twitter, Tiktok, Line, Whatsapp, Facebook, WeChat, Telegram, Snapchat*)

X₂: Durasi Penggunaan Aplikasi Permainan dalam jam

X₃: Durasi Penggunaan Aplikasi Hiburan dalam jam (Cth : *Netflix, Disney Plus, Iflix, Viu, Video.com, Mola Tv, HBO, Youtube, Pinterest*)

X₄: Durasi Penggunaan Aplikasi E-Commerce dalam jam (Cth : *Gojek, Grab, Shopee, Tokopedia, Zalora, Blibli, DLL.*)

X₅: Usia

2.5 Uji Hipotesis

2.5.1 Uji F (Simultan)

Uji F memiliki tujuan yaitu mengetahui pengaruh variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) secara bersamaan terhadap variabel dependen (Y) (Ghozali, 2005). Dalam pencarian Uji F, dapat disesuaikan dengan melihat hasil tabel ANOVA dan F hitung, serta dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar tingkat signifikansi sebesar 0.05, dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika nilai signifikansi < 0.05, maka variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

- b. Jika nilai signifikansi > 0.05 , maka variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- c. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel terikat.
- d. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

2.5.2 Uji T (Parsial)

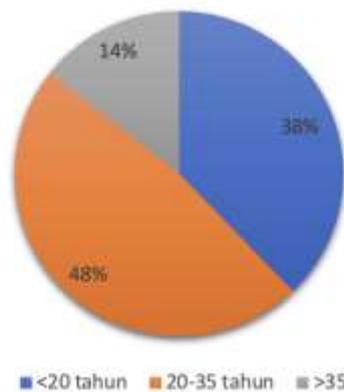
Menunjukkan seberapa jauh variabel independen individual secara masing-masing terhadap variabel dependen (Y), juga digunakan untuk menguji kebenaran atau kepalsuan suatu hipotesis. Dalam pengambilan keputusan Uji T, perlu melihat nilai *P-value* dengan ketentuan sebagai berikut (Lind, 2021):

- a. Jika nilai *P-value* < 0.05 , maka variabel independen/bebas memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen/terikat.
- b. Jika nilai *P-value* > 0.05 , maka variabel independen/bebas memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap variabel dependen/terikat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Profil Responden dan Variabel Dependen

Responden pada penelitian ini berusia antara 8 hingga 56 tahun. Profil responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Gambar 1. Responden sebagian besar berusia 8-10 tahun (48%). Berdasarkan jenis pekerjaannya (Gambar 2), Sebagian besar responden merupakan pelajar/mahasiswa (51%). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2017), didapati bahwa persentase penetrasi gawai terbesar dimiliki oleh anak-anak berusia 13-18 tahun, atau tepatnya usia pelajar. Posisi kedua ditempati oleh golongan usia 19-34 tahun, yang termasuk pada usia dewasa muda atau yang biasanya berprofesi sebagai mahasiswa/pekerja.



Gambar 1 Profil Responden Berdasarkan Usia



Gambar 2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

3.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) bisa dianalisis dengan memanfaatkan metode regresi linear berganda. Hasil pengolahan data dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Multiple Linear Regression Model

<i>Regression Statistics</i>	
Multiple R	0,8605
R Square	0,7404
Adjusted R Square	0,7281
Standard Error	1,9753
Observations	111,0000

ANOVA

	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	5	1168,6482	233,7296	59,9023	0,0000
Residual	105	409,6942	3,9018		
Total	110	1578,3423			

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>
Intercept	2,3770	0,8383	2,8354	0,0055	0,7147	4,0391
Durasi penggunaan Aplikasi Social Media	0,7527	0,0647	11,6244	0,0000	0,6242	0,8810
Durasi penggunaan Aplikasi Game	0,8362	0,0936	8,9370	0,0000	0,6506	1,0217
Durasi penggunaan Aplikasi Entertainment	0,8504	0,1200	7,0842	0,0000	0,6123	1,0884

Durasi penggunaan						
Aplikasi E-Commerce	0,8400	0,2363	3,5545	0,0006	0,3714	1,3086
Usia	-0,0071	0,0170	-0,4187	0,6763	-0,0407	0,0265

Persamaan regresi linear berganda untuk faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:

$$Y = 2,377 + 0,753X_1 + 0,836X_2 + 0,850X_3 + 0,840X_4 - 0,007X_5 + e$$

Keterangan :

Y : Durasi penggunaan gawai dalam satu hari

X₁ : Durasi Penggunaan Aplikasi Media Sosial (Cth: *Instagram, Twitter, Tiktok, Line, Whatsapp, Facebook, WeChat, Telegram, Snapchat*)

X₂ : Durasi Penggunaan Aplikasi Permainan

X₃ : Durasi Penggunaan Aplikasi Hiburan (Cth : *Netflix, Disney Plus, Iflix, Viu, Video.com, Mola Tv, HBO, Youtube, Pinterest*)

X₄ : Durasi Penggunaan Aplikasi E-Commerce (Cth : *Gojek, Grab, Shopee, Tokopedia, Zalora, Blibli, DLL.*)

X₅ : Usia

e : *disturbance error*

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 1, dibuktikan bahwa durasi penggunaan gawai dipengaruhi oleh variabel **X₁**, **X₂**, **X₃**, dan **X₄**. Korelasi antara variable terikat dengan variable bebas dapat dilihat dari koefisien yang dihasilkan. Apabila koefisien regresi variabel tersebut bernilai positif, artinya variabel bebas tersebut berbanding lurus dengan variabel terikat. Begitu pula sebaliknya, apabila koefisien regresi variabel tersebut bernilai negatif, artinya variabel bebas tersebut berbanding terbalik dengan variabel terikat. Keempat variabel bebas tersebut berbanding lurus dengan variabel terikatnya. Hal ini dibuktikan dari nilai koefisien yang bernilai positif. Tabel 1 menunjukkan bahwa koefisien variabel **X₅** bernilai negatif. Data tersebut menunjukkan bahwa semakin meningkatnya usia, maka semakin berkurang durasi harian dalam penggunaan gawai (berbanding terbalik).

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat juga nilai dari *multiple R* adalah 0,8604. Nilai tersebut membuktikan bahwa korelasi antara variabel Y (dependen) dan variable X (independen) sangat kuat. *Adjusted R* yang dihasilkan bernilai 0,7280. *Adjusted R Square* lebih sesuai untuk mendeskripsikan korelasi data berganda atau data yang memiliki variabel bebas (X) lebih dari satu. Sedangkan *R square* digunakan untuk analisis sekuensi yang lebih sederhana (Sujarweni, 2016).

3.3 Hasil Uji Hipotesis

3.3.1 Hasil Uji F (Simultan)

Nilai Uji F dapat dilihat pada Tabel 2. Dari hasil perhitungan tersebut, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 59,902 dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Dengan begitu, dapat ditarik kesimpulan bahwa Durasi Penggunaan Aplikasi Media Sosial (**X₁**), Durasi Penggunaan Aplikasi Permainan (**X₂**), Durasi Penggunaan Aplikasi Hiburan (**X₃**), Durasi Penggunaan Aplikasi E-Commerce (**X₄**), serta Usia (**X₅**) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap durasi seseorang dalam penggunaan gawai dalam satu hari.

Tabel 2 Hasil ANOVA

ANOVA					
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	5	1168,6482	233,7296	59,9023	0,0000
Residual	105	409,6942	3,9018		
Total	110	1578,3423			

3.3.2 Hasil Uji T (Parsial)

Hasil Uji T dapat dilihat pada Tabel 3. Variabel durasi penggunaan aplikasi media sosial (X_1), durasi penggunaan aplikasi permainan (X_2), durasi penggunaan aplikasi hiburan (X_3), dan durasi penggunaan aplikasi *e-commerce* (X_4) memiliki nilai p-value lebih kecil dari 0,05 membuktikan bahwa durasi penggunaan dari berbagai aplikasi tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap durasi seseorang dalam penggunaan gawai selama satu hari. Namun pada variabel usia (X_5), nilai p-value yang didapati lebih besar dari 0,05. Hal ini membuktikan bahwa usia tidak berpengaruh secara signifikan terhadap durasi seseorang dalam menggunakan gawai selama satu hari.

Tabel 3 Coefficients Model

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>
Intercept	2,3770	0,8383	2,8354	0,0055	0,7147	4,0391
Durasi penggunaan Aplikasi Social Media	0,7527	0,0647	11,6244	0,0000	0,6242	0,8810
Durasi penggunaan Aplikasi Game	0,8362	0,0936	8,9370	0,0000	0,6506	1,0217
Durasi penggunaan Aplikasi Entertainment	0,8504	0,1200	7,0842	0,0000	0,6123	1,0884
Durasi penggunaan Aplikasi E-Commerce	0,8400	0,2363	3,5545	0,0006	0,3714	1,3086
Usia	-0,0071	0,0170	-0,4187	0,6763	-0,0407	0,0265

Berdasarkan nilai koefisien pada Tabel 3 juga dapat dilihat bahwa aplikasi media sosial memiliki nilai p-value terkecil. Hal ini menunjukkan bahwa variabel ini memiliki pengaruh terbesar atau yang sangat signifikan terhadap durasi waktu penggunaan gawai dalam satu hari. Data ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Hootsuite (2021) yang mengatakan bahwa 61.8% populasi di Indonesia aktif menggunakan media sosial.

Nilai rata-rata durasi penggunaan (dalam satuan jam) untuk setiap aplikasi dapat dilihat pada Tabel 4. Dari tabel tersebut, dapat dilihat bahwa para pengguna gawai menghabiskan waktu paling banyak untuk media sosial dibandingkan aplikasi lainnya yaitu lebih dari 5 jam per hari. Hal ini juga sejalan dengan hasil survei penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa dengan hasil yang menyatakan bahwa 97% dari pengguna internet menggunakan internet untuk keperluan media sosial (Saputra, 2019). Selain itu, data dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (2019) juga menyatakan bahwa sekitar 33% dari responden (pelajar Sekolah Menengah Atas) menggunakan gawai mereka dengan durasi

lebih dari lima jam per hari dengan media sosial sebagai jenis aplikasi yang paling sering digunakan. Kemudian, pada urutan kedua adalah durasi aplikasi hiburan di mana para pengguna remaja cenderung menghabiskan waktu mereka untuk mencari hiburan seperti menonton film di *Netflix*. Pada urutan ketiga, terdapat aplikasi permainan, di mana rata-rata mereka menghabiskan waktu 1-2 jam. Pada urutan terakhir, responden menghabiskan waktunya untuk menggunakan aplikasi *e-commerce* yaitu aplikasi jual beli.

Tabel 4 Nilai Rata-rata Durasi Penggunaan Gawai per Aplikasi

Jenis aplikasi	Rata-rata durasi penggunaan (jam)
Media sosial	5.1622
Permainan	1.7838
Hiburan	2.3964
<i>E-Commerce</i>	1.1982

Dari penelitian ini juga didapati bahwa aplikasi media sosial adalah aplikasi yang lebih berpengaruh signifikan terhadap durasi penggunaan gawai dibandingkan aplikasi *e-commerce* yang berada di peringkat ke-4. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Supradono dan Hanum (2011) media sosial digunakan untuk berinteraksi dengan pelanggan, penawaran diskon, dan *experiential marketing*. Hal ini menyebabkan sebagian besar penyedia layanan barang ataupun konsumen lebih sering menggunakan media sosial dibandingkan dengan aplikasi jual beli itu sendiri. Hal ini juga membuktikan bahwa media sosial juga dapat digunakan sebagai media *e-commerce* yang efektif.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa keempat aplikasi yakni media sosial, permainan, hiburan, dan *e-commerce* berpengaruh terhadap durasi penggunaan gawai dalam satu hari. Namun, aplikasi media sosial memiliki pengaruh yang paling signifikan dibandingkan aplikasi lainnya pada durasi penggunaan gawai dalam satu hari dengan rata-rata durasi penggunaan adalah selama 5 jam. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun memiliki korelasi yang positif, namun usia tidak berpengaruh secara signifikan terhadap durasi penggunaan gawai. Hal ini mungkin terjadi karena jumlah responden yang berbeda pada rentang usia yang ditentukan. Untuk itu, penelitian selanjutnya dapat disempurnakan dengan menggunakan jumlah responden yang lebih banyak dan lebih proporsional untuk setiap rentang usianya.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia [APJII]. (2017). Data Statistik Pengguna Internet Indonesia 2017. Retrieved 7 januari 2022 from <https://apjii.or.id/survei2017>
- Given LM. (2008). *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. Thousand Oaks: Sage.
- Hootsuite. (2021). *We Are Social. Indonesian Digital Report 2021*, Retrieved 5 Januari 2022 from https://andi.link/wp-content/uploads/2021/08/Hootsuite-We-are-Social-Indonesian-Digital-Report-2021_compressed.pdf

- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan [Kemendikbud]. (2019). Risalah Kebijakan : Penggunaan Gawai oleh Peserta Didik Tingkat Sekolah Menengah Atas, Retrieved 7 Januari 2022 from [https://puslitjakdikbud.kemdikbud.go.id/assets front/images/produk/1-gtk/kebijakan/8_PB_Gawai.pdf](https://puslitjakdikbud.kemdikbud.go.id/assets/front/images/produk/1-gtk/kebijakan/8_PB_Gawai.pdf)
- Lind D.A, Marchal WG, Wathen SA. (2021). Statistical Techniques in Business & Economic 18th Edition. New York : McGraw-Hill education.
- Saputra A. (2019). Survei Penggunaan Aplikasi Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Kota Padang Menggunakan Teori Uses and Gratifications. *BACA Jurnal Doumentasi dan Informasi LIPI* Retrieved 5 Januari 2022 from <https://jurnalbaca.pdii.lipi.go.id/baca/article/view/476>
- Sujarweni W V. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Yogyakarta : Penerbit Pustaka Baru Press.
- Supradono B dan Hanum AN. (2011). Peran Sosial Media Untuk Manajemen Hubungan Dengan Pelanggan Pada Layanan E-commerce. *Value Added: Majalah Ekonomi dan Bisnis Vol. 7 No. 2*. Retrieved 10 Desember 2021 from <https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/vadded/article/view/696>
- Supriyanto A. (2005). *Perancangan Aplikasi*. Surabaya : Widyastana