

Analisis Pengaruh Atribut Inovasi Pada Aplikasi Klik Indomaret Terhadap Intention To Use = Analysis of the Influence of Innovation Attributes in the Klik Indomaret Application on Intention To Use

Shafira Maulidya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920523137&lokasi=lokal>

Abstrak

Kondisi Indonesia yang memiliki jumlah pengguna internet yang tinggi, serta penggunaan e-commerce yang semakin meningkat tiap tahunnya menunjukkan bahwa terdapat peluang pasar yang besar bagi bisnis di Indonesia. Indomaret sebagai perusahaan yang bergerak di bidang ritel berinovasi membuat aplikasi mobile berupa aplikasi Klik Indomaret. Meskipun demikian, daya penggunaan aplikasi Klik Indomaret masih rendah dibandingkan dengan aplikasi e-commerce lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh atribut inovasi yang berdasarkan pada teori Diffusion of Innovation oleh Rogers (relative advantage, compatibility, complexity, trialability, dan observability) pada aplikasi Klik Indomaret terhadap intention to use. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif melalui penyebaran kuesioner secara online kepada 160 masyarakat Jakarta sebagai responden. Analisis data penelitian ini menggunakan regresi hierarki dengan hasil terdapat pengaruh positif secara signifikan antara atribut inovasi relative advantage, compatibility, trialability, dan observability terhadap minat untuk menggunakan aplikasi Klik Indomaret. Sementara itu, tidak ditemukan pengaruh negatif yang signifikan antara atribut inovasi complexity terhadap minat untuk menggunakan aplikasi Klik Indomaret.

..... Indonesia has a high number of internet users and an increasing use of e-commerce, which is increasing every year. It shows that there is a large market opportunity for businesses in Indonesia. Indomaret, as a retail company, is innovating to create mobile application in the form of the Klik Indomaret application. Even so, the number of users of the Klik Indomaret application is still low compared to other e-commerce applications. This study aims to analyze the influence of innovation attributes based on Rogers' Diffusion of Innovation theory (relative advantage, compatibility, complexity, trialability, and observability) in the Klik Indomaret application on intention to use. This study used a quantitative approach with explanatory research by distributing online questionnaires to 160 Jakarta residents as respondents. Data analysis in this study used hierarchical regression, with the result that there was a significant positive effect between the attributes of innovation (relative advantage, compatibility, trialability, and observability) and the intention to use the Klik Indomaret application. Meanwhile, no significant negative effect was found between the complexity and the intention of using the Klik Indomaret application.