

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Atribut Difusi Inovasi Terhadap Niat Konsumen Untuk Menggunakan *Mobile Payment* OVO
Nama : Jihan Farika
Program Studi : S-1 Manajemen.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh atribut difusi inovasi yaitu *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, *trialability*, *observability* dan niat konsumen untuk menggunakan *mobile payment* OVO di wilayah Tangerang dengan jumlah responden sebanyak 90 orang. Responden penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisioner dengan menggunakan skala *Likert* 4 poin untuk mengukur 37 pernyataan. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *relative advantage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat konsumen untuk menggunakan *mobile payment* OVO, *compatibility* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap niat konsumen untuk menggunakan *mobile payment* OVO, *complexity* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap niat konsumen untuk menggunakan *mobile payment* OVO, *trialability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat konsumen untuk menggunakan *mobile payment* OVO, *observability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat konsumen untuk menggunakan *mobile payment* OVO.

Kata Kunci : *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, *trialability*, *observability*, dan niat konsumen.

ABSTRACT

Title : *Effect of Innovation Diffusion Attributes on Consumer Intention To Use Mobile Payment OVO*
Name : *Jihan Farika*
Study program : *S-1 Management.*

The purpose of this study was to determine the effect of innovation diffusion attributes, namely relative advantage, compatibility, complexity, trialability, observability and consumer's intention to use mobile payment OVO in Tangerang with a total of 90 respondents. The research respondents were determined using purposive sampling technique. Data collection was carried out by distributing questionnaires using a 4-point Likert scale to measure 37 statements. Data analysis techniques used multiple linear regression analysis. The results of this study prove that relative advantage has a positive and significant effect on consumers' intention to use mobile payment OVO, compatibility has a negative and not significant effect on consumers' intention to use mobile payment OVO, complexity has a negative and insignificant effect on consumers' intention to use mobile payment OVO, trialability has a positive and significant effect on consumers' intention to use mobile payment OVO, observability has a positive and significant effect on consumers' intention to use mobile payment OVO.

Keywords: relative advantage, compatibility, complexity, trialability, observability, and consumer intentions.