

## **PENGARUH KARAKTERISTIK INOVASI DAN SALURAN KOMUNIKASI TERHADAP KEPUTUSAN ADOPTI INOVASI DOMPET ELEKTRONIK**

### ***THE EFFECT OF INNOVATION CHARACTERISTICS AND COMMUNICATION CHANNELS ON THE ELECTRONIC WALLET INNOVATION ADOPTION DECISION***

Oleh : Zulham Dwi Nugroho, Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta  
[zulhamdwi.2017@student.uny.ac.id](mailto:zulhamdwi.2017@student.uny.ac.id)

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengetahui Pengaruh Karakteristik Inovasi dan Saluran Komunikasi secara bersama – sama terhadap Keputusan Adopsi Inovasi Dompet Elektronik pada Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta, (2) Mengetahui pengaruh Karakteristik Inovasi terhadap Keputusan Adopsi Inovasi Dompet Elektronik pada Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta, (3) Mengetahui Pengaruh Saluran Komunikasi terhadap Keputusan Adopsi Inovasi Dompet Elektronik pada Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian *ex post facto*. Populasi penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. Sampel ditentukan dengan metode *accidental sampling* dan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Yamane. Jumlah sampel yang didapat sebanyak 100 mahasiswa dari Fakultas Ilmu Sosial, Fakultas Ekonomi, Fakultas Ilmu Keolahragaan, Fakultas MIPA, Fakultas Ilmu Pendidikan dan Fakultas Teknik. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data angket yang berisi pernyataan tertutup. Angket diuji validitas dengan korelasi *product moment* Pearson dan reliabilitas dengan Cronbach Alpha. Teknik analisis data menggunakan uji regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan : (1) Karakteristik inovasi dan saluran komunikasi berpengaruh positif secara bersama – sama terhadap keputusan adopsi inovasi pada mahasiswa UNY sebesar 56,2% dengan nilai signifikansi 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ) (2) Karakteristik inovasi berpengaruh positif terhadap keputusan adopsi inovasi pada mahasiswa UNY, dengan nilai signifikansi 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ) (3) Saluran komunikasi berpengaruh positif terhadap keputusan adopsi inovasi pada mahasiswa UNY dengan nilai signifikasni 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ).

**Kata kunci : keputusan adopsi inovasi, karakteristik inovasi, saluran komunikasi**

#### **Abstract**

*This research aims to: (1) determine the effect of the characteristics of innovation and communication channels together on the decision to adopt e-wallet innovation in Yogyakarta State University students, (2) find out the effect of innovation characteristics on the decision to adopt e-wallet innovation in Yogyakarta state university students. (3) Knowing the Effect of Communication Channels on the Decision to Adopt Electronic Wallet Innovations in Yogyakarta State University Students.*

*This research is a research with a quantitative approach. This research is an ex post facto research. The population of this research is Yogyakarta State University Students. The sample was determined by accidental sampling method and the number of samples was determined using the Yamane formula. The number of samples obtained were 100 students from the Faculty of Social Sciences, Faculty of Economics, Faculty of Sports Science, Faculty of Mathematics and Natural Sciences, Faculty of Education and Faculty of Engineering. This study uses a questionnaire data collection technique that contains closed statements. The questionnaire was tested for validity with Pearson's product moment correlation and reliability with Cronbach's Alpha. The data analysis technique used multiple linear regression test.*

*The results showed: (1) The characteristics of innovation and communication channels have a positive effect on the decision to adopt innovation in UNY students by 56.2% with a significance value of 0.000 ( $0.000 < 0.05$ ) (2) The characteristics of innovation have a positive effect on decisions innovation adoption in UNY students, with a significance value of 0.000 ( $0.000 < 0.05$ ) (3) Communication channels have a positive effect on innovation adoption decisions in UNY students with a significant value of 0.000 ( $0.000 < 0.05$ ).*

**Keywords: innovation adoption decisions, characteristics of innovation, communication channels**

## **PENDAHULUAN**

Teknologi dan keuangan memiliki hubungan yang saling berkaitan. Salah satu bentuk inovasi yang saat ini kerap diperbincangkan oleh masyarakat adalah penggunaan dompet elektronik. Seiring berkembangnya inovasi pembayaran non tunai, dompet elektronik saat ini menjadi salah satu kebutuhan masyarakat. Inovasi ini didukung oleh pencanangan yang dilakukan oleh Agus D.W. Martowardojo selaku Gubernur Bank Indonesia yang dikenal dengan sebutan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada tahun 2014. Agus D.W. Martowardojo (dalam Anjelina, 2018:219) mengharapkan gerakan ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan dompet elektronik, sehingga masyarakat secara berangsur – angsur memilih instrument non tunai dalam ekonominya atau *cashless society*

Inovasi pembayaran non tunai di Indonesia terus berkembang, seiring maraknya produk financial technology (FinTech). Menurut National Digital Research Centre (NDRC) (dalam Christianto, 2017 : 134) mendefinisikan teknologi finansial adalah istilah yang digunakan untuk menyebut suatu inovasi pada bidang jasa finansial, di mana istilah tersebut berasal dari kata “financial” dan “technology” (FinTech) yang mengacu pada jenis perusahaan di bidang jasa keuangan dengan sentuhan teknologi. Salah satu inovasi FinTech adalah uang elektronik. Ada dua jenis uang elektronik, yaitu e-money berbasis chip yang berbentuk kartu fisik dan dilengkapi chip, contohnya :Flazz BCA, Brizzi BRI, Tap Cash BNI, dan eMoney Mandiri. Sedangkan e-wallet berbasis server berupa aplikasi mobile, contohnya : Dana, LinkAja, Gopay, OVO, dan sebagainya. Tentu untuk kedua jenis pembayaran tersebut masing – masing memiliki kelebihan dan kekurangan. E-money berbasis chip lebih cepat saat digunakan karena hanya dengan menempelkan kartu saja pembayaran bisa berhasil tanpa memerlukan koneksi internet. Hal tersebut tentu membuat tingkat kegagalan dalam bertransaksi lebih kecil. Namun kelemahan pada e-money berbasis chip ialah bergantung terhadap kondisi fisik kartu. Jika kartu rusak dan gagal dibaca, maka transaksi beresiko akan gagal. Sebaliknya, transaksi menggunakan e-wallet berbasis server sedikit lebih lambat dan risiko untuk gagal lebih tinggi, karena bergantung pada koneksi internet.

Namun, dana yang tersimpan lebih aman karena disimpan dalam server. Tingkat keamanannya juga lebih tinggi karena meskipun smartphone pengguna hilang atau rusak, dana pengguna akan tetap utuh (Daeng, 2018 : 1).

Di Indonesia saat ini sudah banyak penyedia layanan dompet elektronik yang hadir dan dapat digunakan untuk membantu aktivitas di bidang usaha, diantaranya Gopay, OVO, Dana, LinkAja dan sebagainya. Dahulu karena hal tersebut, baik konsumen maupun pedagang cukup kesulitan karena harus menyediakan berbagai alat pembayaran yang banyak digunakan masyarakat karena setiap QR Code tiap penyedia layanan dompet elektronik berbeda. Namun Bank Indonesia pada tanggal 17 Agustus 2019 menghadirkan QRIS sebagai pemersatu untuk semua aplikasi pembayaran yang menggunakan QR Code. Dengan munculnya QRIS, semua pengguna aplikasi dompet elektronik cukup memindai kode QRIS yang ada di merchant tanpa harus mengubah ke aplikasi yang lain. Oleh karena itu transaksi pembayaran melalui dompet elektronik dapat lebih efisien dan inklusi keuangan di Indonesia lebih cepat.

Penyedia layanan dompet elektronik berlomba – lomba untuk menarik minat masyarakat dengan terus berinovasi, memperbaiki dan menambah kualitas pelayanan agar menggunakan layanannya. Perkembangan teknologi menuntut masyarakat untuk beradaptasi dengan teknologi yang muncul. Difusi inovasi yaitu proses penyebaran inovasi kepada suatu sistem sosial, sedangkan tingkat penggunaan suatu inovasi seperti penerapan ide, kegiatan, atau benda yang dinilai baru oleh seseorang disebut adopsi inovasi (Kurniyawan, 2020 :121). Masyarakat harus mempelajari teknologi tersebut jika ingin menggunakannya. Perpindahan dari analog menuju sistem digital merupakan salah satu bentuk inovasi, yang mana dalam hal ini adalah bidang keuangan. Inovasi merupakan suatu gagasan/ide atau produk yang dianggap baru oleh individu maupun kelompok masyarakat (Rogers, 1983 : 135). Terdapat beberapa tahap proses penyebaran inovasi di tengah masyarakat, pertama tahap pengetahuan di mana seseorang mengetahui atau sadar ada inovasi. Kedua, tahap bujukan, dimana seseorang mempertimbangkan antara suka atau tidak terhadap inovasi yang telah diketahunya. Ketiga, tahap putusan dimana seseorang akan

membuat keputusan apakah menerima atau menolak inovasi tersebut. Keempat, implementasi di mana seseorang melaksanakan inovasi yang dibuatnya. Kelima, tahap konfirmasi dimana seseorang memastikan keputusan yang diambilnya (Rogers dan Shoemaker, dalam Nasution, 2002:127). Tentu tidak semua masyarakat dapat dengan mudah menerima inovasi yang muncul. Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi adopsi pada teknologi, seperti inovasi, saluran komunikasi, waktu, dan sistem sosial (Rogers (1983:11).

Alat pembayaran non – tunai seperti dompet elektronik di Indonesia sudah tidak asing lagi dalam menunjang kebutuhan sehari – hari. Menurut penelitian Mandiri Sekuritas dan MDI Ventures berjudul *All Eyes on E-money*, sebesar 58% laki – laki dan 68% perempuan dalam rentang usia 18-24 tahun menggunakan uang elektronik untuk transaksi non-tunai (Istiqomah, 2020 : 4). Di Indonesia, rata – rata mahasiswa jenjang Strata 1 adalah mereka yang berusia 18 – 24 tahun (Paramita, 2010 : 630). Mereka yang terlahir antara 1995 sampai 2012 merupakan generasi Z, generasi yang dari lahir berinteraksi dengan kemajuan teknologi. Generasi Z terbiasa berkomunikasi dengan gadget yang mereka miliki, melihat informasi tentang berbagai hal dari dunia luar melalui internet, bahkan berbelanja melalui satu benda yang ada di dalam genggamannya mereka (Smartphone) (Lukito, Hastini & Fahmi, 2020 : 13). Mahasiswa merupakan salah satu pengguna dari kenyamanan teknologi yang ditawarkan oleh dompet elektronik (Rofiah dan Setiyadi, 2020 : 5). Mahasiswa dengan kesibukannya yang sangat tinggi tentunya tertarik dengan kenyamanan dan kemudahan yang ditawarkan oleh dompet elektronik. Mahasiswa dapat membayar makanan, membayar biaya transportasi, membayar webinar dan lain sebagainya secara mudah. Hanya dengan scan barcode atau transfer maka mahasiswa sudah dapat melakukan transaksi tersebut kapan dan dimana saja (Atriani, 2020 : 7).

Keberhasilan dalam penggunaan sistem pembayaran non tunai khususnya dalam proses adopsi inovasi dompet elektronik untuk transaksi harian tidak bisa dilepaskan dari kesiapan mahasiswa. Walaupun perilaku mahasiswa yang telah menunjukkan kemampuannya dalam menggunakan teknologi dan tingkat penetrasi internet relatif tinggi

ternyata dalam realitanya untuk menggunakan dompet elektronik dalam kegiatan harian masih rendah. Hal tersebut didukung dari hasil penelitian Parasiti, Muklis, dan Haryono (2015 : 81) yang menjelaskan jika sebagian besar mahasiswa memang telah mengenal, mengetahui, dan menggunakan alat pembayaran non tunai sebagai alternatif pengganti uang tunai. Namun menurut mahasiswa, alat pembayaran yang paling familiar dan banyak digunakan di kalangan mahasiswa adalah kartu ATM. Mereka menganggap fungsi dari dompet elektronik sama saja dengan kartu ATM, yaitu untuk pembayaran atas belanja online, transfer dana dan tarik tunai. Selain itu, mahasiswa sudah terbiasa menggunakan uang tunai karena menurut mereka lebih praktis daripada dompet elektronik.

Peneliti melihat dompet elektronik ini sebagai fenomena yang menarik. Bagaimana sesuatu yang dianggap baru (inovasi) dapat diterima oleh khalayak menjadi alat untuk problem solving dalam kehidupan sehari – hari. Peneliti ingin melihat bagaimana peran individu dalam proses penerimaan dan keputusan adopsi inovasi sebagai informasi tentang ide baru (inovasi). Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, peneliti tertarik mengambil topik penelitian mengenai “Pengaruh Karakteristik Inovasi dan Saluran Komunikasi Terhadap Keputusan Adopsi Inovasi Dompet Elektronik Pada Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta”

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Difusi Inovasi**

Difusi merupakan jenis khusus komunikasi yang berkaitan dengan penyebaran pesan – pesan sebagai ide baru inovasi. Rogers (1995:5-6) mendefinisikan difusi sebagai proses di mana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu pada jangka waktu tertentu dalam suatu sistem sosial

Makna inovasi dengan demikian perlahan dikembangkan melalui sebuah konstruksi sosial. Sedangkan dalam hal adopsi inovasi sendiri dikatakan bahwa inovasi yang mendapat perhatian oleh penerima sebagai inovasi apabila memiliki manfaat yang relatif, kesesuaian, kemampuan untuk mencoba, memiliki nilai yang besar untuk ke depan, dan tingkat kerumitan yang lebih rendah maka akan lebih

cepat diadopsi daripada inovasi – inovasi lainnya (Rogers, 1983 : 15)

Menurut Rogers dan Kincaid (1981) komunikasi merupakan suatu proses dimana individu membuat dan menyebarkan informasi dengan individu lainnya dalam rangka menyamakan pengertian. Dari definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses pemusatan (convergence) informasi ketika dua individu saling bertukar inovasi (Rogers, 1983 : 5).

1. Komunikasi dengan sendirinya bisa menggerakkan pembangunan tanpa memandang kondisi sosial, politik, dan ekonomi.
2. Peningkatan produk dan konsumsi barang – barang dan jasa merupakan hakekat dalam pembangunan, dan bahwa pembagian yang adil dalam pendapatan dan kesempatan perlu dicapai dalam waktu yang diperhitungkan.
3. Kunci terhadap peningkatan produktivitas itu adalah inovasi teknologi, tanpa memandang siapa saja yang diuntungkan dan siapa yang dirugikan.

Proses keputusan inovasi, yaitu keputusan yang dibuat oleh individu terlepas dari keputusan – keputusan yang dibuat oleh anggota sistem, diantaranya :

1. Knowledge (tahap munculnya pengetahuan)
2. Persuasion Stage (Tahapan Persuasi)
3. Decision Stage (Tahapan Keputusan)
4. Implementation Stage (Tahapan Implementasi)
5. Confirmation Stage (Tahapan Konfirmasi)

#### **Karakteristik Inovasi**

Dalam bukunya, Rogers menyatakan setiap inovasi memiliki karakteristik tersendiri yang digunakan oleh individu untuk menilai sebuah inovasi. Namun penilaian setiap individu tidaklah sama, tergantung pada pribadi masing – masing. Berikut indikator karakteristik inovasi tersebut (Rogers, 1983 : 15-16) :

1. Keuntungan Relatif
2. Kesesuaian
3. Kerumitan
4. Dapat dicoba
5. Dapat dilihat

Menurut Rogers (dalam Sholahuddin, 2017 : 7) persepsi individu tentang karakteristik inovasi itu dapat memprediksi rate of adoption atau tingkat kecepatan penerimaan sebuah inovasi. Rate of adoption dapat dikatakan

sebagai kecepatan relatif sebuah inovasi itu diadopsi oleh anggota sistem sosial.

#### **Saluran Komunikasi**

Communication Channels atau saluran komunikasi merupakan alat dimana pesan – pesan dari sumber dapat sampai kepada penerimanya. Proses penyampaian pesan inilah yang disebut dengan difusi. Menurut Rogers (1983 : 198), sebelum memahami proses difusi inovasi melalui saluran komunikasi perlu adanya pemahaman terkait unsur source dan channel. Source adalah individu atau organisasi yang menciptakan pesan, sedangkan channel adalah sarana yang digunakan untuk menyebarkan pesan pada penerima.

Difusi terdiri atas empat komponen, diantaranya : ide baru, pemberi informasi, penerima informasi dan bentuk saluran komunikasi sebagai penghubung antara pemberi dan penerima informasi.

Ada dua saluran yang lazim digunakan, yakni mass media channels dan interpersonal channels (Rogers, 1983 : 197). Mass media adalah segala bentuk sarana atau alat yang digunakan untuk menghubungkan atau menyalurkan pesan yang melibatkan sejumlah perantara, seperti radio, televisi, koran dan sebagainya, yang mana memungkinkan sumber pesan menjangkau sejumlah khalayak yang besar. Saluran kedua adalah Interpersonal Channel atau saluran interpersonal adalah penyampaian pesan melalui proses tatap muka antar dua individu atau lebih.

#### **Financial Technology**

National Digital Research Centre (NDRC), teknologi finansial merupakan istilah untuk menyebut suatu inovasi dalam bidang jasa finansial, dimana istilah tersebut berasal dari kata “financial” dan “technology” (FinTech) yang mengacu pada inovasi keuangan dengan sentuhan teknologi yang modern.

Teknologi Finansial (FinTech) menurut Bank Indonesia diatur pada Pasa 1 Angka 1 Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 yang menyebutkan bahwa teknologi Finansial adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan untuk membantu kelancaran, keamanan serta keandalan sistem pembayaran.

Seiring berkembangnya teknologi, jenis – jenis FinTech pun semakin beragam, diantaranya (Rosse, 2017) :

- a. Asset Management

- b. Crowd Funding
- c. E-money
- d. Insurance
- e. Peer to Peer Lending
- f. Payment Gateway
- g. Remittance
- h. Securities

### **Dompot Elektronik**

Dalam Peraturan Bank Indonesia (2016) Nomor 18/40/PBI/2016 dompot elektronik merupakan layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen agar dapat digunakan sebagai alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, serta dapat menampung dana untuk melakukan pembayaran.

Dari pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa dompot elektronik adalah sebuah aplikasi perangkat lunak yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan uang secara digital, melakukan pembayaran secara digital, dan berbagai jenis transaksi lainnya tanpa menggunakan uang tunai, transaksi tersebut menggunakan computer atau smarphone sehingga menggantikan dompot fisik.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk penelitian *ex post facto*. Menurut Sugiyono (2015 : 7) *Ex post facto* merupakan suatu penelitian yang dilakukan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi dan kemudian meruntut ke belakang untuk mengetahui faktor – faktor yang menyebabkan timbulnya kejadian tersebut. ). Data – data yang terkumpul berupa angka – angka maka analisis yang digunakan adalah pendekatan data kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang diarahkan untuk pencapaian tujuan memperoleh penjelasan yang luas, terkait fenomena yang ditetapkan sebagai objek penelitian (Yaniawati dan Indrawan, 2014 : 29).

Penelitian ini akan dilaksanakan di Universitas Negeri Yogyakarta (dengan menyebarkan angket daring) dengan masa penelitian Juli sd. September 2021. Berdasarkan data dari Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PD-Dikti), pada tahun 2020 jumlah mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta sebanyak 31.478 orang (<https://pddikti.kemdikbud.go.id/>) /diakses pada 19 Juli 2021. Dalam menentukan jumlah sampel, digunakan metode *accidental sampling* dengan rumus Taro Yamane (Riduwan, 2010:249). Hasil perhitungan

jumlah sampel adalah 99,683 kemudian dibulatkan menjadi 100 sampel. Jadi, sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 mahasiswa aktif Universitas Negeri Yogyakarta dan telah menggunakan dompot elektronik sudah atau lebih dari 3 bulan.

Dalam penelitian ini alat yang digunakan untuk pengumpulan data adalah angket/kuesioner. Menurut Sugiyono (2015:199), angket/kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan yang tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Terdapat 19 pernyataan variabel X1, 8 pernyataan variabel X2, dan 8 pernyataan untuk variabel Y (pernyataan valid setelah dianalisis menggunakan teknik product moment dengan bantuan software komputer SPSS). Instrumen penelitian dinyatakan reliabel setelah dilakukan analisis menggunakan Alpha Cronbach (dengan bantuan software computer SPSS). Nilai *cronbach's alpha* masing-masing variabel yaitu sebesar 0,887 (X1), 0,844 (X2), dan 0,884 (Y).

Data yang diperoleh dalam penelitian ini kemudian dilakukan analisis uji prasyarat dengan uji normalitas dan linearitas. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan menggunakan bantuan software computer SPSS. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S). Berdasarkan hasil uji normalitas, dapat diketahui bahwa nilai probabilitas variabel X1 adalah 0,849, X2 adalah 0,097, dan Y adalah 0,162. Hal tersebut menunjukkan nilai probabilitas ketiga variabel lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data ketiga variabel berdistribusi normal.

Sedangkan hasil uji linearitas diketahui bahwa nilai Signifikansi deviation from linearity variabel X1 dengan Y adalah 0,660 dan variabel X2 dengan Y adalah 0,356. Hal tersebut menunjukkan nilai Signifikansi deviation from linearity masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat adalah lebih besar dari 0,05. Sehingga terdapat hubungan yang linear antar variabel X1 dengan variabel Y dan variabel X2 dengan variabel Y.

Setelah dilakukan uji prasyarat, data kemudian dengan uji hipotesis yang dilakukan dengan analisis regresi linier berganda. Menurut Suharyadi dan Purwanto (2011:508) analisis regresi linear berganda merupakan regresi linier untuk menganalisis besarnya hubungan dan pengaruh pada variabel

independen jumlahnya lebih dari dua. Analisis regresi linier berganda dilakukan dengan bantuan software computer SPSS.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Penelitian

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang terdiri dari:

- 63 orang perempuan dan 37 orang laki – laki
- Rentang usia 15 – 20 tahun sebanyak 17 orang dan rentang usia 21 – 25 tahun sebanyak 83 orang.
- Pendapatan / uang saku terbanyak di rentang Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 sebanyak 62 orang.
- Lama penggunaan dompet elektronik sebanyak 91 orang menjawab sudah lebih dari 1 tahun.
- Dompet elektronik yang dimiliki (ShopeePay 83 orang, Ovo 66 orang, Gopay 65 orang, Dana 62 orang, LinkAja 23 orang, Jenius 17 orang, dan Flip 11 orang)

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda dapat diketahui bahwa nilai a (konstanta) yaitu -2,820; nilai b (koefisien X1) yaitu 0,289; dan nilai c (koefisien X2) yaitu 0,391. Sehingga persamaan regresi berganda pada penelitian ini adalah  $Y = -2,820 + 0,289X_1 + 0,391X_2$ .

**Hipotesis pertama**, yaitu hipotesis antara variabel X1 dan X2 secara bersama-sama terhadap variabel Y. Hipotesis nihil (H0) dan hipotesis alternatif (Ha) dalam hipotesis pertama adalah sebagai berikut:

- H0(X1,X2,Y): Tidak terdapat pengaruh karakteristik inovasi dan saluran komunikasi terhadap keputusan adopsi inovasi dompet elektronik pada mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ha(X1,X2,Y): Terdapat pengaruh karakteristik inovasi dan saluran komunikasi terhadap keputusan adopsi inovasi dompet elektronik pada mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta.

Berdasarkan hasil analisis, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi yaitu 0,000 artinya nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( 0,000 < 0,05). Sehingga hipotesis diterima adalah Ha yaitu Terdapat pengaruh karakteristik inovasi dan saluran komunikasi terhadap keputusan adopsi inovasi dompet elektronik pada mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta.

Hasil analisis regresi menunjukkan koefisien korelasi (R) sebesar = 0,750;  $R^2 = 0,562$ ;  $F_{regresi} = 63,316$  dengan  $p < 0,05$  (signifikan). Besarnya koefisien determinasi atau  $R^2$  sebesar 0,562 menunjukkan bahwa adopsi inovasi teknologi dompet elektronik pada mahasiswa UNY ditentukan oleh karakteristik inovasi dan saluran komunikasi sebesar 56,2% dan selebihnya (43,8%) ditentukan oleh variabel di luar penelitian ini.

**Hipotesis kedua**, dalam penelitian ini yaitu hipotesis antara variabel X1 dengan variabel Y. Hipotesis nihil (H0) dan hipotesis alternatif (Ha) dalam hipotesis kedua adalah sebagai berikut:

- H0(X1,Y): Tidak terdapat pengaruh karakteristik inovasi terhadap keputusan adopsi inovasi dompet elektronik pada mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ha(X1,Y): Terdapat pengaruh karakteristik inovasi terhadap keputusan adopsi inovasi dompet elektronik pada mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta.

Berdasarkan hasil analisis, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi yaitu 0,000 artinya nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( 0,000 < 0,05). Sehingga hipotesis diterima adalah Ha yaitu Terdapat pengaruh karakteristik inovasi terhadap keputusan adopsi inovasi dompet elektronik pada mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta.

**Hipotesis ketiga**, dalam penelitian ini yaitu hipotesis antara variabel X2 dengan variabel Y. Hipotesis nihil (H0) dan hipotesis alternatif (Ha) dalam hipotesis kedua adalah sebagai berikut:

- H0(X2,Y): Tidak terdapat pengaruh saluran komunikasi terhadap keputusan adopsi inovasi dompet elektronik pada mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ha(X2,Y): Terdapat pengaruh saluran komunikasi terhadap keputusan adopsi inovasi dompet elektronik pada mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta

Berdasarkan hasil analisis, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi yaitu 0,000 artinya nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( 0,000 < 0,05). Sehingga hipotesis diterima adalah Ha yaitu Terdapat pengaruh saluran komunikasi terhadap keputusan adopsi inovasi dompet

elektronik pada mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta.

## 2. Pembahasan

### Pengaruh Karakteristik Inovasi dan Saluran Komunikasi Terhadap Adopsi Inovasi

Pengujian hipotesis pertama membuktikan bahwa karakteristik inovasi dan saluran komunikasi berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan adopsi inovasi pada mahasiswa UNY. Hasil ini dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi ganda ( $R$ ) sebesar 0,750;  $R^2 = 0,562$ ;  $F_{regresi} = 62,316$  dengan  $p < 0,05$  dan terbukti nilai  $p$  (peluang kesalahan) kurang dari taraf signifikansi yang ditentukan yaitu 5%.

Besarnya kontribusi efektif yang dapat dilihat dari besarnya nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) 0,562; berarti bahwa keputusan adopsi inovasi pada mahasiswa UNY ditentukan oleh karakteristik inovasi dan saluran komunikasi sebesar 56,2% dan selebihnya ditentukan oleh variabel di luar penelitian ini.

### Pengaruh Karakteristik Inovasi Terhadap Keputusan Adopsi Inovasi

Pengujian hipotesis kedua pada penelitian ini terbukti bahwa karakteristik inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan adopsi inovasi pada mahasiswa UNY. Hasil ini dibuktikan dengan nilai koefisien beta ( $\beta_1$ ) 0,289 dengan  $t_{hitung} = 6,696$   $p < 0,05$  dimana  $p$  kurang dari taraf signifikansi yang ditentukan pada penelitian ini (5%).

Pengaruh positif dan signifikan pada penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik karakteristik inovasi, semakin tinggi pula adopsi inovasi teknologi dompet elektronik pada mahasiswa UNY dan sebaliknya semakin kurang baik karakteristik inovasi, semakin rendah pula adopsi inovasi teknologi dompet elektronik pada mahasiswa UNY.

### Pengaruh Saluran Komunikasi Terhadap Keputusan Adopsi Inovasi

Pengujian hipotesis ketiga pada penelitian ini terbukti bahwa saluran komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan adopsi inovasi pada mahasiswa UNY. Hasil ini dibuktikan dengan nilai koefisien beta ( $\beta_2$ ) 0,391 dengan  $t_{hitung} = 4,422$   $p < 0,05$  dimana  $p$  kurang dari taraf signifikansi yang ditentukan pada penelitian ini (5%).

Pengaruh positif dan signifikan pada penelitian ini menunjukkan bahwa semakin

baik saluran komunikasi, semakin tinggi pula adopsi inovasi teknologi dompet elektronik pada mahasiswa UNY dan sebaliknya semakin kurang baik saluran komunikasi, semakin rendah pula adopsi inovasi teknologi dompet elektronik pada mahasiswa UNY.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, terdapat beberapa kesimpulan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Karakteristik inovasi dan saluran komunikasi berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan adopsi inovasi pada mahasiswa UNY. Karakteristik inovasi dan saluran komunikasi memberikan kontribusi positif terhadap keputusan adopsi inovasi pada mahasiswa UNY sebesar 56,2%.
2. Karakteristik inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan adopsi inovasi pada mahasiswa UNY. Semakin baik karakteristik inovasi, semakin tinggi pula adopsi inovasi teknologi dompet elektronik pada mahasiswa UNY dan sebaliknya semakin kurang baik karakteristik inovasi, semakin rendah pula adopsi inovasi teknologi dompet elektronik pada mahasiswa UNY.
3. Saluran komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan adopsi inovasi pada mahasiswa UNY. Semakin baik saluran komunikasi, semakin tinggi pula adopsi inovasi teknologi dompet elektronik pada mahasiswa UNY dan sebaliknya semakin kurang baik saluran komunikasi, semakin rendah pula adopsi inovasi teknologi dompet elektronik pada mahasiswa UNY.

### Saran

Berdasarkan beberapa kesimpulan di atas, disarankan beberapa hal, sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memperkaya pengetahuan serta melengkapi literatur mengenai berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan mengadopsi sebuah inovasi.
2. Penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik inovasi berpengaruh terhadap keputusan adopsi inovasi dompet elektronik. Ketika inovasi tersebut

dianggap oleh pengguna memiliki keuntungan relatif yang besar, kesesuaian, kemudahan percobaan, tingkat kerumitan yang rendah, dan memiliki hasil yang nyata maka inovasi tersebut akan lebih cepat diadopsi. Untuk itu, bagi perusahaan – perusahaan penyedia jasa layanan dompet elektronik di Indonesia, agar lebih memperhatikan karakteristik inovasi yang ada pada dompet elektronik.

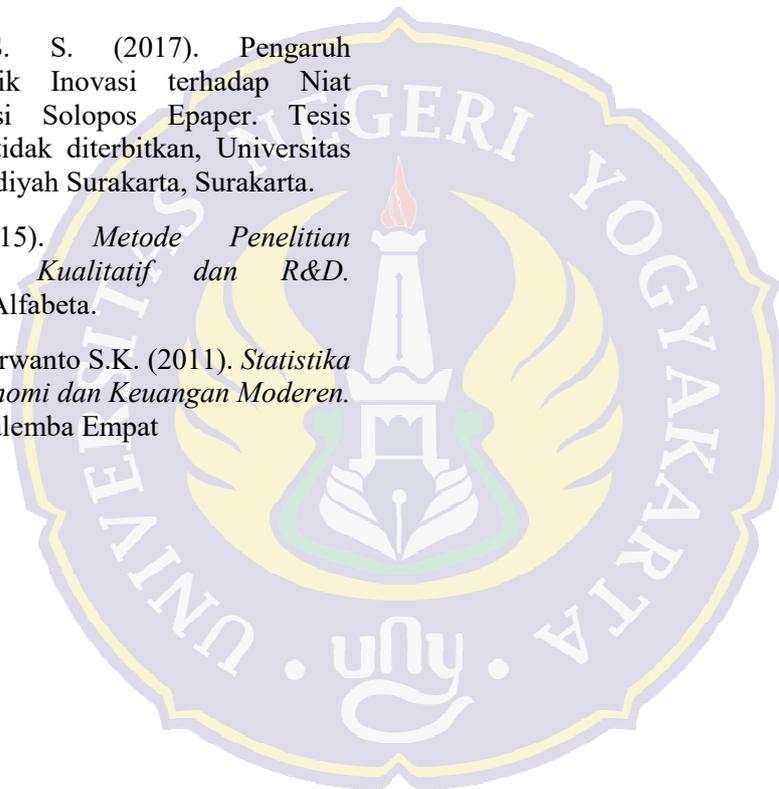
3. Penelitian ini menunjukkan bahwa saluran komunikasi berpengaruh terhadap keputusan adopsi inovasi dompet elektronik. Untuk itu, bagi perusahaan - perusahaan penyedia jasa layanan dompet elektronik di Indonesia, informasi – informasi mengenai inovasi tersebut harus disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi yang ada, bisa melalui media cetak, elektronik maupun komunikasi interpersonal diantara masyarakat.
4. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kedua variabel yang dianalisis hanya mampu menjelaskan 56,2 % pengaruh terhadap keputusan adopsi inovasi dompet elektronik sedangkan masih ada 43,8 % yang dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini, sehingga penelitian yang akan datang diharapkan memasukan variabel – variabel lainnya yang mungkin lebih kuat namun tidak diteliti pada penelitian ini

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anjelina, A. (2018). Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E-Money. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 219-231.
- Atriani, A., Permandi, L. A., & Rimestuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital OVO. *JSEH (Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora)*, 6(1), 54-61.
- Bank Indonesia. (2016). Frequently Asked Question Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran. Diunduh pada tanggal 15 Maret 2021 dari <https://www.bi.go.id/id/sistempembayaran/fintech/Contents/default.aspx>
- Chrismastianto, I. A. (2017). Analisis swot implementasi teknologi finansial terhadap kualitas layanan perbankan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 133-144.
- Hastini, L. Y., Fahmi, R., & Lukito, H. (2020). Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia?. *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 10(1), 12-28.
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2014). Metodologi Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan. Bandung : PT. Refika Aditama.
- Istiqomah, L.N. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Penggunaan Terhadap Intensi Mahasiswa Universitas Padjajaran Untuk Menggunakan Aplikasi Dompet Digital Dana. *Skripsi*, tidak diterbitkan, Universitas Padjajaran, Bandung
- Kurniyawan, M. C. (2016). Pengaruh Karakteristik Inovasi Audiobook terhadap keputusan pengguna untuk mengadopsi Audiobook Listeno di Kota Yogyakarta. *Tesis magister*, tidak dipublikasikan, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Surakarta.
- Nasution, Z. (2002). *Komunikasi Pembangunan Pengenalan Teori dan Penerapannya*. Jakarta: Rajawali.
- Paramita, V. G. (2010). Studi Kasus Perbedaan Karakteristik Mahasiswa di Universitas 'X'-Indonesia dengan Universitas 'Y'-Australia. *Jurnal Humaniora*, 1(2), 629-635.
- Parastiti, D. E. (2015). Analisis Penggunaan Uang Elektronik Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang (Studi Kasus : Uang Elektronik Brizzi). *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*. Volume 7 Nomor 1.
- PDDikti Kemendikbud. (2021). Universitas Negeri Yogyakarta. Diunduh pada tanggal 1 Juni 2021 dari [https://pddikti.kemdikbud.go.id/data\\_pt/](https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_pt/)

QTA0QUFGRjgtNUY4MS00NzU2LUI  
5MTQtNzNEQ0ZFRDMzOTMy

- Riduwan. (2010). *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta.
- Rofiah, S., & Setiyadi, D. (2020). Pemilihan FinTech Payment untuk Mahasiswa menggunakan Fuzzy Technique For Order Preference by Similarity of Ideal Solution. *BINA INSANI ICT JOURNAL*, 7(1), 13-22.
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations : Third Edition*. New York: The Free Press.
- Sholahuddin, S. S. (2017). Pengaruh Karakteristik Inovasi terhadap Niat Mengadopsi Solopos Epaper. Tesis Magister, tidak diterbitkan, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyadi dan Purwanto S.K. (2011). *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta : Salemba Empat



**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul TAS : Pengaruh Karakteristik Inovasi dan Saluran Komunikasi Terhadap  
Keputusan Adopsi Inovasi Dompot Elektronik  
Nama : Zulham Dwi Nugroho  
NIM : 17419144020  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Reviewer,

Yogyakarta, 8 November 2021

Dosen Pembimbing,



Benni Setiawan, S.H.I., M.S.I.  
NIP. 198303292015041001



Dra. Pratiwi Wahyu Widiarti, M.Si  
NIP. 195907231988032001

Rekomendasi Pembimbing (mohon dilingkari salah satu)

1. Dikirim ke Jurnal Student
2. Dikirim ke Jurnal ...
3. Dikirim ke Jurnal ...