

**PENGARUH KARAKTERISTIK INOVASI TERHADAP ADOPTI  
INOVASI OLEH USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM ) DI  
KABUPATEN SLEMAN**

**(Studi Pada UKM Di Kabupaten Sleman)**

SKRIPSI



Ditulis oleh :

Nama : Randy Hendiana

Nomor Mahasiswa : 12311266

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2019**

**PENGARUH KARAKTERISTIK INOVASI TERHADAP ADOPSI  
INOVASI OLEH USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM ) DI  
KABUPATEN SLEMAN**

**(Studi Pada UKM Di Kabupaten Sleman)**

**SKRIPSI**

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk  
mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi

pada Fakultas Ekonomi UII



**Oleh :**

Nama : Randy Hendiana

Nomor Mahasiswa : 12311266

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2019**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, september 2018

Penyusun,



(Randy Hendiana)

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini telah disahkan dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi dengan judul:

**PENGARUH KARAKTERISTIK INOVASI TERHADAP ADOPSI  
INOVASI OLEH USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM ) DI  
KABUPATEN SLEMAN  
(Studi Pada UKM Di Kabupaten Sleman)**



Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal.....

Dosen Pembimbing,

(Zulian Yamit, Drs., M.si)

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI**

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH KARAKTERISTIK INOVASI TERHADAP ADOPSI INOVASI OLEH USAHA  
KECIL DAN MENENGAH (UKM) DI KABUPATEN SLEMAN**

Disusun Oleh : **RANDY HENDIANA**

Nomor Mahasiswa : **12311266**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Rabu, tanggal: 17 Oktober 2018

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Zulian Yamit, Drs., M.Si.



.....

Penguji : Nursya'bani Purnama, SE., M.Si.



.....

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



.....

Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

**PENGARUH KARAKTERISTIK INOVASI TERHADAP ADOPSI  
INOVASI OLEH USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM ) DI  
KABUPATEN SLEMAN  
(Studi Pada UKM Di Kabupaten Sleman)**

**Oleh :**

Randy Hendiana  
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

**ABSTRAKSI**

Pada penelitian kali ini, dilakukan studi tentang karakteristik inovasi dan pengaruhnya terhadap adopsi inovasi yang dilakukan pada IKM di Kabupaten Sleman. Penelitian bertujuan mengetahui dan menganalisis pengaruh keunggulan relatif, kesesuaian, kerumitan, ketercobaan dan keterlihatan terhadap adopsi Inovasi pada Pengerajin Bambu di Kabupaten Sleman. Pengambilan data variabel penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 60 eksemplar pada manajer atau pemilik pada UKM di kabupaten Sleman. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dilakukan dengan pertimbangan yaitu UKM yang telah beroperasi lebih dari 5 tahun dan memiliki pengalaman sebagai manajer minimal 1 tahun. Teknik analisis data menggunakan Analisis Struktural Equation Model (SEM) dengan program AMOS 21.

Hasil penelitian menemukan bahwa 1) keuntungan relatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi inovasi, 2) kesesuaian berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi inovasi, 3) kerumitan berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi inovasi , 4) ketercobaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi inovasi dan 5) keterlihatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi inovasi pada pengrajin bambu di Kabupaten Sleman.

*Kata kunci : keunggulan relatif, kesesuaian, kerumitan, ketercobaan, keterlihatan, adopsi Inovasi, UKM Kabupaten Sleman.*

## *MOTTO*

*“Sebuah tantangan akan selalu menjadi beban,  
Jika itu hanya dipikirkan,  
Sebuah cita-cita juga adalah beban ,  
Jika itu hanya angan-angan”*

*Do The Best, be Good, Then You Will be The Best  
“Lakukan yang terbaik, bersikaplah yang baik  
maka kamu akan menjadi orang yang terbaik “*



## Halaman Persembahan

*Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia yang diberikan dan atas dukungan dan do'a dari orang-orang tercinta, kupersembahkan skripsi ini untuk kedua orangtuaku yang selalu memberikan dukungan moril maupun materi serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan saya.*





## KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul *“Pengaruh Karakteristik Inovasi Terhadap Adopsi Inovasi Oleh Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Dikabupaten Sleman”*

Skripsi ini penulis susun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi, jurusan Manajemen di Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.

Dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini penulis tidak dapat lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak baik dukungan moril maupun materil yang di berikan kepada penulis. Untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Dr. Jaka Sriyana,S.E., M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia
2. Zulian Yamit,Drs.,M.si sebagai dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan pengarahan dan bimbingan selama ini.

3. Bapak Anjar Priyono SE., M.Si., Ph.D selaku ketua Prodi Jurusan Manajemen
4. Zulian Yamit, Drs., M.si selaku dosen pembimbing Akademik dan juga pembantu walinya yang telah banyak membantu dalam hal pengurusan perkuliahan.
5. Seluruh dosen yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama ini
6. Segenap staff dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia atas bantuannya.
7. Kedua orang tua, Bapak Endang kurdiana dan Ibu Henny kurdiana yang aku sayangi yang telah memberikan dukungan , do'a , perhatian selama ini
8. Sahabat, teman sekaligus keluarga terimakasih atas dukungannya selama ini.
9. Terimakasih untuk keluarga besar saya : Sarwo Edhi Wibowo dan Abdul Azis yang sudah memberikan banyak semangat dan motivasi selama masa pendidikan saya dari kecil hingga dewasa.
10. Terimakasih pada teman-teman yang sudah sangat banyak dan tidak bisa saya sebutkan satu persatu
11. Seluruh teman-teman di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia khususnya dari Jurusan Manajemen angkatan 2012 yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
12. Terimakasih kepada semua pihak yang ikut berpartisipasi yang tidak dapat bisa penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat hal-hal yang belum sempurna, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, september 2018



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN JUDUL SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
BERITA ACARA SKRIPSI.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	8
2.1 Telaah Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teori .....	10
2.2.1. <i>Pengertian inovasi</i> .....	10
2.2.2. Karakteristik inovasi .....	12
2.2.3. Factor penunjang serta manfaat inovasi .....	14
2.2.4. Proses adopsi inovasi .....	15
2.2.5. Kategori pengadopsi (Adopter).....	16
2.2.6. Atribut inovasi .....	18
2.2.7. Proses keputusan inovasi .....	23
2.2.8. Perilaku adopsi inovasi.....	27
2.3. Kerangka Konseptual dan Hipotesis.....	28
2.4. Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN .....	31
3.1. Jenis dan objek Penelitian .....	31
3.2. Populasi dan sampel .....	31
3.3. Metode Pengumpulan data.....	32
3.4. Definisi Operasional dan pengukuran instrument penelitian .....	33
3.5. Skala pengukuran variabel.....	35
3.6. Uji validitas dan reliabilitas .....	36
3.7. Teknik analisis data .....	37
3.8. Uji asumsi klasik .....	39
3.9. Pengujian hipotesis .....	41

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1. Uji instrumen dan data penelitian .....	42
4.1.1. uji validitas .....	42
4.1.2. uji reliabilitas .....	43
4.2. Analisis karakteristik responden .....	44
4.3. Analisis deskriptif variabel penelitian .....	46
4.4. Hasil analisis Regresi linier berganda dan pengujian hipotesis ..	50
4.5. Pembahasan Hasil Penelitian .....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1 Kesimpulan .....	64
5.2 Saran .....	65
DAFTAR PUSTAKA .....	66
LAMPIRAN	



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional .....	34
Tabel 4.1.	Hasil Uji Validitas .....	42
Tabel 4.2.	Hasil Uji Reliabilitas .....	44
Tabel 4.3.	Pendidikan Responden .....	45
Tabel 4.4.	Hasil Deskriptif Variabel Penelitian.....	46
Tabel 4.5.	Estimasi Regresi Linear Berganda .....	50
Tabel 4.6.	Hasil Uji Normalitas .....	55
Tabel 4.7.	Hasil Uji Multikolinieritas .....	56



## DAFTAR GAMBAR

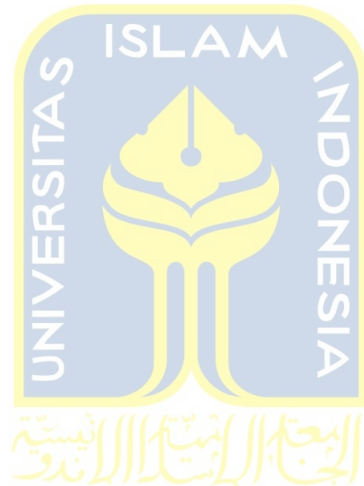
Gambar 2.1. Kerangka pemikiran .....	29
Gambar 4.1. Uji Heterokedastisitas .....	57





## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Data Sampel UKM
- Lampiran 3. Hasil Rekapitulasi Data Penelitian
- Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5. Karakteristik Responden
- Lampiran 6. Analisis Regresi
- Lampiran 7. Uji Asumsi Klasik



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Permasalahan**

Organisasi menghadapi dan mengalami berbagai perubahan seiring dengan terjadinya perubahan lingkungan ekonomi. Menghadapi perubahan tersebut perusahaan harus mampu mengelola sumber daya yang dimiliki agar dapat membantu meningkatkan kinerja suatu organisasi yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Inovasi menjadi salah satu kata kunci untuk membantu organisasi menjadi lebih kompetitif. Peran inovasi dalam mendongkrak kinerja usaha meliputi seluruh aspek penting yang bisa memberikan nilai tambah pada daya saing perusahaan: proses, produk, pasar, manajemen, dan sebagainya (Swa, 2005).

Ketakutan organisasi dalam menerapkan inovasi adalah besarnya biaya yang harus diinvestasikan. Ketakutan ini sebenarnya tidak beralasan sebab inovasi tidak harus dimulai dari yang canggih dan berbiaya besar tetapi yang lebih penting terlembaga, konsisten dan berkelanjutan. Aktivitas inovasi secara umum mempunyai dua model (Klein dan Sorra, 1996), pertama *source-based model* yang merupakan model berdasarkan perspektif pengembang atau sumber inovasi. Pengembang membuat kreasi produk atau jasa yang baru dengan keaslian ide sampai pemasaran produk akhir. Kedua, *user-based stagemodel* yang didasarkan pada perspektif dari pemakai.

Mereka membuat proses inovasi berdasarkan kesadaran kebutuhan atau peluang perubahan untuk menghubungkan inovasi dalam perilaku *user*.

Organisasi dalam melakukan inovasi perlu mengembangkan suatu strategi formal dan menyeluruh. Strategi ini mengungkapkan tujuan organisasi dalam melakukan inovasi, yaitu dengan menjelaskan apa yang akan diinovasi dan bagaimana caranya. Menurut Read (2000), implementasi inovasi merupakan bagian dari dimensi strategi. Kegagalan organisasi untuk mencapai keunggulan inovasi yang diadopsi merefleksikan kegagalan implementasi atau kegagalan inovasi itu sendiri. Implementasi inovasi adalah keputusan yang dibuat oleh manajer senior dalam organisasi yang menggunakan inovasi dalam pekerjaannya (Klein dan Sorra. 1996).

Inovasi penting bagi industri kecil. Sandee (1995) menyatakan inovasi adalah strategi penting bagi industri kecil untuk memperkuat posisi kompetitif mereka. Ada banyak jenis inovasi. Van Geenhuizen & Indarti (2005) menggambarkan enam jenis inovasi: inovasi produk, inovasi proses, inovasi layanan, inovasi pasar, inovasi logistik, dan inovasi organisasi. Klasifikasi ini lebih detail dibandingkan Sandee (1995) dan Sandee et al (1991) yang dibagi inovasi hanya menjadi dua jenis: produk inovasi dan proses inovasi.

Proses inovasi mengacu pada perubahan dalam proses produksi yang mengarah untuk meningkatkan produktivitas tenaga kerja dan / atau modal. Inovasi produk mengacu pada produksi produk baru dalam kualitas yang lebih baik yang dapat menghasilkan keuntungan yang lebih daripada

produksi produk yang lama. Dalam prakteknya, adopsi inovasi produk membutuhkan peralatan baru, masukan baru, perubahan dalam pembagian kerja dalam perusahaan, dan juga mungkin membutuhkan pengembangan jaringan perdagangan baru yang ditujukan untuk kelompok konsumen baru. Dengan demikian, pada dasarnya inovasi produk juga mencakup proses inovasi. Van Geenhuizen & Indarti (2005) juga menyebutkan bahwa inovasi dapat dilakukan secara bersama-sama. Mereka menekankan bahwa inovasi produk tidak dapat terjadi jika tidak ada proses inovasi dan inovasi organisasi karena kedua inovasi tersebut adalah persyaratan dasar untuk inovasi produk.

Menurut (Rogers, 1995), lima atribut inovasi penting dapat mempengaruhi keputusan adopsi yaitu: 1) Manfaat yang dirasakan (sejauh mana inovasi mungkin membawa manfaat bagi pelanggan). 2) Kemudahan penggunaan. 3) kesesuaian (sejauh mana inovasi konsisten dengan yang ada nilai-nilai, keyakinan dan pengalaman pengadopsi). 4) kemudahan terlihat atau *observability* (sejauh mana inovasi adalah terlihat oleh orang lain). 5) *Triability* (sejauh mana suatu inovasi dapat bereksperimen). Semua atribut ini dapat mempengaruhi penyerapan dan menggunakan inovasi, tapi dirasakan kegunaan, kemudahan penggunaan dan kompatibilitas telah diidentifikasi sebagai yang paling penting atribut yang mempengaruhi adopsi dan difusi inovasi internet banking (Vijavasarathy, 2004; Papies & Clement, 2008).

Di Yogyakarta sendiri terdapat berbagai macam UKM. Salah satunya adalah UKM kerajinan Bambu di kabupaten Sleman, Yogyakarta. Di Kabupaten Sleman pengrajin bambu tumbuh dan berkembang terutama di kecamatan Mlati dan Minggir. Industri Kerajinan Bambu ini telah ada sejak tahun 1960. Bahan baku berupa bambu didapatkan pengrajin dari berbagai daerah yaitu Sleman, Kulon Progo, Magelang, Klaten dan Pacitan. Harga yang ditawarkan pun berbeda-beda tergantung dari ukuran, jenis bambu, model dan tingkat kerumitannya. Pengrajin bambu menggunakan berbagai macam jenis tanaman bambu dalam proses produksinya antara lain, Bambu Petung, Bambu Apus, Bambu Legi, Bambu Wulung, Bambu Tutul dan Bambu Cendani. Kerajinan yang dihasilkan di Sendari antara lain : lincak, tempat tidur, kursi, meja, gazebo, penyekat ruang, dan sebagainya. Kerajinan bambu Desa Sendari ini telah menembus pasar ekspor, seperti Belanda, Filipina, Arab Saudi, India, Malaysia, Inggris, Norwegia, Perancis dan Amerika. Untuk menembus pasar ekspor ke seluruh Negara - negara tersebut, para pengrajin mengembangkan inovasi dan kreatifitas produknya.

Sama seperti pengrajin di bidang lain, usaha kerajinan bambu juga mengalami pasang surut. Kurangnya alat serta inovasi pada proses produksi merupakan kendala bagi produsen kerajinan bambu. Permintaan akan kerajinan bambu saat ini semakin meningkat. Dengan demikian pengrajin dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan adanya peralatan yang memadai dan adanya inovasi produk oleh pengrajin. Bagi pengrajin

mebel bambu di Sendari alat penunjang untuk proses produksi sangat dibutuhkan. Ada berbagai macam inovasi yang dilakukan oleh pengerajin bambu disendari Mulai dari desain, peralatan, dan pengawetan.

Dengan demikian para pengerajin dituntut untuk dapat membuat beragam produk baru, mengembangkan berbagai macam inovasi dan dapat mengadopsi inovasi yang baru. Berdasarkan latar belakang dan uraian diatas, maka penulis mengambil judul penelitian tentang **“Pengaruh Karakteristik Inovasi Terhadap Adopsi Inovasi Pada Pengerajin Bambu di Desa Sendari, Tirtoadi, Mlati, Sleman, Yogyakarta”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah adalah sebagai berikut:.

1. Apakah Keunggulan relatif berpengaruh terhadap adopsi Inovasi oleh Pengerajin Bambu di Kabupaten Sleman?
2. Apakah Kesesuaian berpengaruh terhadap adopsi Inovasi oleh Pengerajin Bambu di Kabupaten Sleman?
3. Apakah Kerumitan berpengaruh terhadap adopsi Inovasi oleh Pengerajin Bambu di Kabupaten Sleman?
4. Apakah Ketercobaan berpengaruh terhadap adopsi Inovasi oleh Pengerajin Bambu di Kabupaten Sleman?
5. Apakah Keterlihatan berpengaruh terhadap adopsi Inovasi pada Pengerajin Bambu di Kabupaten Sleman?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keunggulan relatif terhadap adopsi Inovasi oleh Pengerajin Bambu di Kabupaten Sleman.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kesesuaian terhadap adopsi Inovasi pada Pengerajin Bambu di Kabupaten Sleman.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kerumitan terhadap adopsi Inovasi pada Pengerajin Bambu di Kabupaten Sleman.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Ketercobaan terhadap adopsi Inovasi oleh Pengerajin Bambu di Kabupaten Sleman?
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Keterlihatan terhadap adopsi Inovasi pada Pengerajin Bambu di Kabupaten Sleman.

### 1.4. Manfaat Penelitian

1. Mahasiswa

Diharapkan penelitian ini dapat berguna menjadi bahan pendukung dalam penyediaan informasi pengembangan riset penelitian bagi para mahasiswa S-1 dalam lingkup Jurusan Manajemen.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat dipergunakan sebagai bahan refrensi penambah ilmu pengetahuan khususnya dalam ilmu manajemen operasional.

3. Bagi Pengerajin Bambu

Hasil penelitian ini nantinya dapat menjadi bahan masukan dan sebagai bahan pertimbangan terkait dengan peningkatan inovasi

produk oleh pengerajin yang nantinya diharapkan dapat terus berkembang.





## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1. Telaah Penelitian Terdahulu

Penelitian dilakukan oleh Sutaryo (2004) dengan judul Pengaruh Karakteristik Inovasi Terhadap Adopsi Teknologi Internet Oleh Usaha Kecil Dan Menengah (UKM). Penelitian ini mengkaji penerimaan usaha kecil dan menengah (UKM) di Sidoarjo Jawa Timur terhadap adopsi teknologi internet. Keuntungan relatif, kompatibilitas, kompleksitas, trialability, observabilitas dan ketidakpastian. Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda menemukan bahwa dari enam faktor yang mempengaruhi penerapan teknologi internet oleh UKM, hanya trialability yang tampak tidak signifikan, dengan keseluruhan regresi menjelaskan sekitar 60,7% kemauan untuk mengadopsi. Atribut atribut relatif membawa kontribusi paling besar dalam kesediaan penjelasan untuk mengadopsi oleh UKM sekitar 35,5%.

Penelitian kedua dilakukan oleh Chin-Lung Hsu, Hsi-Peng Lu, Huei-Hsia Hsu (2007) dengan judul *Adoption of the mobile Internet: An empirical study of multimedia message service (MMS)*. Penelitian dilakukan dengan mengambil sampel sebanyak 207 orang yaitu pengguna MMS di Taiwan. Variabel yang digunakan adalah Keuntungan relatif, persepsi kemudahan

penggunaan, kompatibilitas, trialability, gambar, visibilitas, hasil demonstrability, dan sukarela. Dengan Analisis regresi linier berganda menemukan bahwa keuntungan relatif memiliki hubungan positif dengan adopsi MMS, kompatibilitas dirasakan dari suatu inovasi memiliki positif pengaruh pada adopsi inovasi, kemudahan penggunaan, trialability, hasil demonstrability, visibilitas, gambar, dan sukarela dicampur untuk kategori yang berbeda. Dalam temuan strategi yang paling tepat untuk spesifik pengadopsi, manajer harus mempertimbangkan yang signifikan hubungan antara faktor dan niat adopsi.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Ibrahim M Al-Jabri & M. Sadiq Sohail (2012) dengan judul *Mobile Banking Adoption: Application of Diffusion of Innovation Theory*. Sampel yang digunakan ada sebanyak 330 pengguna mobile banking di Arab Saudi. Variabel independen yang diteliti terdiri dari keuntungan relatif, kompatibilitas, observability, risiko, kompleksitas, trialability. Menggunakan Analisis Regresi menemukan bahwa keuntungan relatif, kompatibilitas, dan observability berpengaruh signifikan positif dan risiko yang dirasakan memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap adopsi mobile banking. Namun, kompleksitas dan trialability ditemukan tidak berpengaruh signifikan pada adopsi mobile banking.

Penelitian keempat dilakukan oleh Tsoenyo Julia Ntemana & Wole Olatokun (2012) dengan judul *Analyzing The Influence Of Diffusion Of Innovation Attributes On Lecturers' Attitudes Toward Information And*

*Communication Technologies*. Penelitian dilakukan dengan sampel sebanyak 213 dosen di tujuh fakultas dan satu lembaga di National University of Lesotho. Variabel yang digunakan terdiri dari Teori-relatif inovasi keuntungan, kompleksitas, kompatibilitas, trialability, dan observability. Menggunakan analisis Regresi menemukan bahwa keuntungan relatif, kompleksitas, kemudahan penggunaan, dan observability ditemukan memiliki pengaruh yang positif pada sikap dosen.

## **2.2. Landasan Teori**

### **2.2.1. Pengertian Inovasi**

Inovasi adalah salah satu pilihan korporasi dalam menghadapi persaingan pasar dan pengelolaan yang berkelanjutan. Freeman (2004) menganggap inovasi sebagai upaya dari perusahaan melalui penggunaan teknologi dan informasi untuk mengembangkan, memproduksi dan memasarkan produk yang baru untuk industri. Dengan kata lain inovasi adalah modifikasi atau penemuan ide untuk perbaikan secara terus-menerus serta pengembangan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Pervaiz K. Ahmed and Charles D. Shepherd (2010) inovasi perusahaan dapat menghasilkan R&D (Research and Development), produksi serta pendekatan pemasaran dan akhirnya mengarah kepada komersialisasi inovasi tersebut. Dengan kata lain inovasi adalah proses mewujudkan ide baru, yang berbeda dengan yang dulu, dengan cara produksi atau dengan membuatnya menjadi nyata, dimana inovasi

termasuk generasi evaluasi, konsep baru dan implementasi. Dimana penggunaan metode baru dan berbeda serta teknologi untuk meningkatkan kualitas biaya atau lebih rendah, untuk memenuhi atau melampaui target perusahaan

Definisi inovasi telah ditelaah dari berbagai sudut pandang dan disiplin ilmu, seperti manajemen bisnis, sosiologi, antropologi dan psikologi. Masalah yang sering muncul ketika pertama kali mengkaji inovasi adalah masalah bagaimana inovasi didefinisikan. Ada kecenderungan para peneliti memberi redaksi definisi yang relatif berbeda. Roger dan Shoemaker (1971) mendefinisikan inovasi sebagai ide-ide baru, praktik-praktik baru, atau objek-objek yang dapat dirasakan sebagai sesuatu yang baru oleh individu atau masyarakat sasaran. Pengertian baru disini, mengandung makna bukan sekedar baru diketahui oleh pikiran, melainkan juga baru karena belum dapat diterima secara luas oleh seluruh masyarakat dalam arti sikap dan juga baru dalam pengertian belum diterima dan diterapkan oleh seluruh warga masyarakat setempat.

Rogers (1995), menyatakan inovasi sebagai sebuah ide dan praktek, atau obyek yang di persepsikan sebagai sesuatu yang baru oleh seorang individu atau unit adopsi yang lain. Thomson dan Eveland (1967) mendefinisikan inovasi sama dengan teknologi, yaitu suatu desain yang digunakan untuk tindakan instrumental dalam rangka mengurangi ketidak teraturan suatu hubungan sebab akibat dalam

mencapai suatu tujuan tertentu. Jadi, inovasi dapat dipandang sebagai suatu upaya untuk mencapai tujuan tertentu. Fullan dan Allan (1977) menyatakan bahwa tahun 1970 an adalah era dimana banyak inovasi-inovasi pendidikan kontemporer diadopsi, seperti matematika, kimia dan fisika baru, mesin belajar (*teaching machine*), pendidikan terbuka, pembelajaran individu, pengajaran secara team (*team teaching*) dan termasuk dalam hal ini adalah sistem belajar mandiri. Sedangkan Rogers menyatakan bahwa inovasi adalah “*an idea, practice, or object perceived as new by the individual*” (suatu gagasan, praktek, atau benda yang dianggap atau dirasa baru oleh individu). Dengan definisi ini maka kata *perceived* menjadi kata yang penting karena pada mungkin suatu ide, praktek atau benda akan dianggap sebagai inovasi bagi sebagian orang tetapi bagi sebagian lainnya tidak tergantung apa yang dirasakan oleh individu terhadap ide, praktek atau benda tersebut.

### 2.2.2. Karakteristik Inovasi

Cepat atau lambat penerimaan inovasi oleh masyarakat sangat tergantung pada karakteristik inovasi itu sendiri. Karakteristik inovasi yang mempengaruhi cepat lambat penerimaan informasi Everett M. Rogers (2003), sebagai berikut:

#### 1) Keunggulan relatif (*relative advantage*)

Keunggulan relatif yaitu sejauh mana inovasi dianggap menguntungkan bagi penerimanya. Tingkat keuntungan atau kemanfaatan suatu inovasi

dapat diukur berdasarkan nilai ekonominya, atau dari faktor status sosial, kesenangan, kepuasan, atau karena mempunyai komponen yang sangat penting. Makin menguntungkan bagi penerima makin cepat tersebarnya inovasi.

2) Kompatibilitas (*compatibility*)

Kompatibel ialah tingkat kesesuaian inovasi dengan nilai, pengalaman lalu, dan kebutuhan dari penerima. Inovasi yang tidak sesuai dengan nilai atau norma yang diyakini oleh penerima tidak akan diterima secepat inovasi yang sesuai dengan norma yang ada di masyarakat.

3) Kerumitan (*complexity*)

Kompleksitas ialah, tingkat kesukaran untuk memahami dan menggunakan inovasi bagi penerima. Suatu inovasi yang mudah dimengerti dan mudah digunakan oleh penerima akan cepat tersebar, sedangkan inovasi yang sukar dimengerti atau sukar digunakan oleh penerima akan lambat proses penyebarannya.

4) Kemampuan diujicobakan (*trialability*)

Kemampuan untuk diujicobakan adalah di mana suatu inovasi dapat dicoba atau tidaknya suatu inovasi oleh penerima. Jadi agar dapat dengan cepat diadopsi, suatu inovasi harus mampu mengemukakan keunggulannya.

5) Kemampuan untuk diamati (*observability*)

Yang dimaksud dengan dapat diamati ialah mudah atau tidaknya pengamatan suatu hasil inovasi. Suatu inovasi yang hasilnya mudah diamati

akan makin cepat diterima oleh masyarakat, dan sebaliknya bila sukar diamati hasilnya, akan lama diterima oleh masyarakat.

### **2.2.3. Faktor Penunjang Serta Manfaat Inovasi**

Everett M. Rogers (2003) Inovasi tidak hanya berurusan dengan pengetahuan baru dan cara-cara baru, tetapi juga dengan nilai-nilai, karena harus bisa membawa hasil yang lebih baik, jadi selain melibatkan iptek baru, inovasi juga melibatkan cara pandang dan perubahan sosial. Inovasi dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

- 1) Peningkatan kualitas hidup manusia melalui penemuan-penemuan baru yang membantu dalam proses pemenuhan kebutuhan hidup manusia.
- 2) Memungkinkan suatu perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan yang dapat diperolehnya.
- 3) Adanya peningkatan dalam kemampuan mendistribusikan kreativitas kedalam wadah penciptaan sesuatu hal yang baru.
- 4) Adanya keanekaragaman produk dan jenisnya didalam pasar,

Inovasi dapat ditunjang oleh beberapa factor pendukung seperti :

- 1) Adanya keinginan untuk merubah diri, dari tidak bisa menjadi bisa dan dari tidak tahu menjadi tahu.
- 2) Adanya kebebasan untuk berekspresi.
- 3) Adanya pembimbing yang berwawasan luas dan kreatif
- 4) Tersedianya sarana dan prasarana.

- 5) Kondisi lingkungan yang harmonis, baik lingkungan keluarga, pergaulan, maupun sekolah.

#### 2.2.4. Proses Adopsi Inovasi

Proses adopsi inovasi juga dapat didekati dengan pemahaman bahwa proses adopsi inovasi itu sendiri merupakan proses yang diupayakan secara sadar demi tercapainya tujuan pembangunan. Sebagai suatu proses, pembangunan merupakan proses interaksi dari banyak pihak yang secara langsung maupun tak langsung terkait dengan upaya peningkatan pendapatan serta perbaikan mutu-hidup, melalui penerapan teknologi yang terpilih (Mardikanto, 1988). Pada awalnya Rogers (1983) menerangkan bahwa dalam upaya perubahan seseorang untuk mengadopsi suatu perilaku yang baru, terjadi berbagai tahapan adopsi, yaitu:

- 1) Tahap *Awareness* (Kesadaran), yaitu tahap seseorang tahu dan sadar ada terdapat suatu inovasi sehingga muncul adanya suatu kesadaran terhadap hal tersebut.
- 2) Tahap *Interest* (Keinginan), yaitu tahap seseorang mempertimbangkan atau sedang membentuk sikap terhadap inovasi yang telah diketahuinya tersebut sehingga ia mulai tertarik pada hal tersebut.
- 3) Tahap *Evaluation* (Evaluasi), yaitu tahap seseorang membuat putusan apakah ia menolak atau menerima inovasi yang ditawarkan sehingga saat itu ia mulai mengevaluasi.



- 4) Tahap *Trial* (Mencoba), yaitu tahap seseorang melaksanakan keputusan yang telah dibuatnya sehingga ia mulai mencoba suatu perilaku yang baru.
- 5) Tahap *Adoption* (Adopsi), yaitu tahap seseorang memastikan atau mengkonfirmasi putusan yang diambilnya sehingga ia mulai mengadopsi perilaku baru tersebut. Kecepatan adopsi dipengaruhi oleh faktor sebagai berikut

#### **2.2.5. Kategori Pengadopsi (Adopter)**

Untuk beberapa inovasi, sebenarnya target potensial pengguna terbagi menjadi dua, pengadopsi (adopter) dan bukan pengadopsi (non adopter) teknologi baru. Pengadopsi diklasifikasikan menjadi 5 (lima) yaitu : inovator, pengadopsi awal, kelompok mayoritas awal, pengadopsi akhir, dan terlambat mengadopsi. Klasifikasi ini sudah menjadi standar untuk memposisikan adopter pada beberapa dekade sampai dekade sekarang. Klasifikasi ini merupakan konstruk temporal yang didasarkan pada lamanya waktu tunggu yang dilalui adopter sebelum mengadopsi suatu inovasi teknologi. Masing-masing kategori ini mempunyai tingkat resistensi dan waktu adopsi yang berbeda-beda.

Inovator (*Innovators*) adalah kelompok individu yang paling responsif terhadap inovasi dan pertama-tama mengadopsi suatu inovasi. Ciri paling menonjol dari kelompok ini adalah minat mereka terhadap ide-ide baru sehingga cenderung untuk sering berpetualang (*venturesomeness*) dan memiliki komunitas tersendiri yang

kosmopolitan. Meskipun sering diabaikan oleh anggota masyarakat lain, Inovasi memainkan peran penting dalam proses difusi karena selalu memunculkan ide baru dalam suatu sistem dengan memasukkan inovasi dari luar batasan sistem tersebut. Dengan demikian inovator menjadi penjaga gawang dalam penyaluran ide baru dalam sistem.

Pelaku adopsi awal (*early adopters*) adalah kelompok yang lebih terintegrasi dalam sistem sosial lokal dibandingkan inovator kategori pengadopsi ini memiliki tingkat kepemimpinan opini (*opinion leadership*) yang lebih tinggi, sehingga calon pengadopsi potensial selalu merujuk pada pelaku adopsi awal ini sebagai informan dan penasehatnya dalam mengadopsi inovasi. Mereka memainkan peran sebagai agen perubahan (*change agent*) karena selalu mempertimbangkan ide baru sebelum mengadopsikannya. Dengan demikian pengadopsi awal dihormati oleh sekelilingnya dan merupakan perwujudan kesuksesan.

Mayoritas awal (*early majority*) merupakan kelompok tertinggi yang mengadopsi inovasi. Kelompok ini merupakan pengikut para *opinion leadership* yang telah terlebih dahulu mengadopsi inovasi meskipun sering berinteraksi dengan sesamanya. Kelompok mayoritas awal jarang memegang posisi sebagai *opinion leadership*. Posisi mereka sangat unik yaitu antara yang paling awal dan yang relatif agak terlambat untuk mengadopsi. Mereka akan melakukan pertimbangan sebelum memutuskan untuk mengadopsi ide baru, sehingga waktu

pengadopsian mereka terhadap inovasi relatif lebih lama dibandingkan inovator dan pelaku awal.

Mayoritas akhir (*late majority*) adalah kelompok yang lambat merespon inovasi karena alasan tertentu yaitu memiliki pandangan yang skeptis dan sifat berhati-hati terhadap inovasi. Mereka akan mengadopsi inovasi setelah anggota lainnya melakukan adopsi inovasi terlebih dahulu. Suatu inovasi harus benar-benar sesuai dengan norma-norma yang berlaku dalam sistemnya sebelum mereka yakin akan mengadopsinya. Oleh karena itu dukungan kawan sebaya diperlukan untuk memotivasi pengadopsian inovasi sehingga ketidakpastian mengenai inovasi dapat segera dihilangkan.

Pelaku adopsi yang paling akhir (*Leggard*) adalah kelompok yang paling terakhir yang melakukan adopsi karena kebanyakan terisolasi dalam sistem sosial mereka. Pelaku adopsi yang terbelakang ini sangat terlambat dalam mengadopsi inovasi karena yang menjadi acuan mereka adalah apa yang mereka lakukan pada masa lalu dan mungkin lebih sering berinteraksi dengan orang-orang yang memegang kuat nilai-nilai tradisional. Proses keputusan mereka untuk mengadopsi inovasi relatif panjang dan hal ini disebabkan oleh keengganan untuk berubah.

#### **2.2.6. Atribut Inovasi**

Faktor-faktor yang dijadikan pertimbangan pihak adopter dalam membuat keputusan untuk menerima atau menolak produk jika

dikaitkan dengan pemikiran Rogers (1983) dalam penyebaran inovasi (*diffusion of innovation*) dipengaruhi oleh 5 (lima) karakteristik inovasi yaitu, (1) keunggulan relatif, (2) kesesuaian, (3) kompleksitas atau kerumitan, (4) ketercobaan, dan (5) keterlihatan. Masing-masing aspek dijadikan sebagai patokan dalam penerimaan produk inovatif karena dianggap sudah mampu mewakili semua aspek kemampuan individu dalam menerima produk inovatif. Karakteristik inovasi yang memiliki peran penting dalam tahap persuasi, karena pada tahap persuasi seorang individu atau unit pengambil keputusan lainnya membentuk sikap menyukai atau tidak menyukai suatu inovasi dan berusaha untuk mengurangi ketidakpuasan serta resiko inovasi tersebut dengan cara mencari informasi yang terkait. Namun hanya kerumitan atau kompleksitas yang mempengaruhi adopsi inovasi secara negatif karena semakin kompleks atau rumit suatu inovasi maka semakin kecil kemungkinan untuk diadopsi.

Rogers (1995) mengidentifikasi bahwa individu mengenai karakteristik inovasi tersebut mempengaruhi kecepatan pengadopsian suatu inovasi. Kecepatan relatif difusi inovasi dalam suatu sistem sosial biasanya diekspresikan dengan berlakunya rentang waktu sebelum anggota sistem sosial lainnya akan mengadopsi inovasi. Kecepatan pengadopsian berarti bahwa orang tersebut lebih cepat dalam waktu sebelum anggota sistem lainnya melakukannya. Rogers (1983) mengemukakan lima karakteristik inovasi meliputi :

1) Keunggulan Relatif (*Relative Advantage*)

Keunggulan relatif merupakan suatu inovasi dianggap lebih atau unggul dari yang pernah ada sebelumnya. Hal ini dapat diukur dari beberapa segi, seperti segi ekonomi, *prestise social*, kenyamanan, kepuasan dan lain-lain. Semakin besar keunggulan relatif dirasakan oleh pengadopsi, semakin cepat inovasi tersebut dapat diadopsi. Konsep keunggulan relatif menunjukkan bahwa tingkat adopsi produk inovatif akan tinggi jika individu merasakan adanya keuntungan atau manfaat yang ditawarkan oleh produk inovatif. Keunggulan relatif merupakan inovasi dipersepsikan lebih baik dari yang digantikan. Keunggulan relatif dalam mengadopsi inovasi sebagai tersediannya benefit yang lebih besar untuk mengadopsi inovasi dari pada mempertahankan status quo. Rogers (1995) mendefinisikan keunggulan relatif sebagai keunggulan sebuah inovasi dibandingkan ide sebelumnya atau ide-ide yang menjadi tandingannya.

2) Kesesuaian (*Compatibility*)

Kesesuaian atau kompatibilitas merupakan inovasi tersebut dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang berlaku, pengalaman masa lalu dan kebutuhan pengadopsi. Sebagai contoh apabila suatu inovasi atau ide baru tertentu tidak sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku, maka inovasi itu tidak dapat diadopsi dengan mudah sebagaimana halnya dengan inovasi yang sesuai (*compatible*).

Konsep ini menunjukkan bahwa tingkat adopsi produk inovatif akan tinggi jika individu merasakan adanya kesamaan nilai-nilai atau keyakinan yang ditawarkan oleh produk inovatif (Al-Gahtani, 2003). Definisi ini menyiratkan dua jenis kesesuaian, yaitu normatif atau kesesuaian kognitif yang mengacu pada kesesuaian dengan apa yang dirasakan atau yang dipikirkan tentang inovasi, dan kesesuaian praktis atau operasional yang mengacu pada kesesuaian pada apa yang dilakukan oleh pengguna.

3) Kerumitan (*Complexity*)

Kerumitan merupakan inovasi dianggap sebagai suatu yang sulit untuk dipahami dan digunakan. Beberapa inovasi tertentu ada yang dengan mudah dapat dimengerti dan digunakan oleh pengadopsi dan ada pula yang sebaliknya. Semakin mudah dipahami dan dimengerti oleh pengadopsi maka semakin cepat suatu inovasi dapat diadopsi. Konsep ini menunjukkan tingkat sejauh mana sebuah inovasi dipersiapkan sulit untuk dipahami dan digunakan. Tingkat adopsi produk inovatif akan tinggi jika individu merasakan adanya kemudahan penggunaan produk yang ditawarkan oleh produk inovatif (Roger, 1995). Beberapa inovasi tertentu ada yang dengan mudah dapat dimengerti dan digunakan oleh pengadopsi dan ada pula yang sebaliknya. Semakin mudah dipahami dan dimengerti oleh pengadopsi, maka semakin cepat suatu inovasi dapat diadopsi.

4) Ketercobaan (*Triability*)

Ketercobaan atau kemampuan diuji cobakan merupakan suatu inovasi dapat diuji coba batas tertentu. Suatu inovasi yang dapat diuji cobakan dalam seting sesungguhnya umumnya akan lebih cepat diadopsi. Jadi agar dapat dengan cepat diadopsi, suatu inovasi sebaiknya harus mampu menunjukkan (mendemonstrasikan) keunggulannya. Konsep ini menunjukkan bahwa, tingkat adopsi produk inovatif akan tinggi jika individu merasakan adanya kemudahan untuk mencoba lebih dulu produk inovatif yang ditawarkan (Al-Gahtani, 2003). Kemampuan untuk diuji cobakan adalah derajat dimana suatu inovasi dapat diuji coba batas tertentu. Suatu inovasi yang dapat diujicobakan dalam seting sesungguhnya umumnya akan lebih cepat diadopsi.

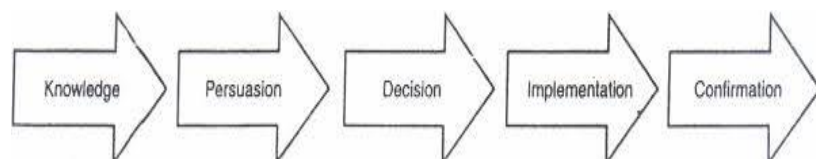
5) Keterlihatan atau Kemampuan diamati (*observability*)

Kemampuan untuk diamati merupakan hasil suatu inovasi dapat terlihat oleh orang lain. Semakin mudah seseorang melihat hasil dari suatu inovasi, semakin besar kemungkinan orang atau sekelompok orang tersebut mengadopsi. Keterlihatan didefinisikan sebagai tingkat sejauh mana hasil suatu inovasi dapat dengan mudah untuk dilihat dan dikomunikasikan kepada pihak lain. Konsep ini menunjukkan bahwa tingkat adopsi produk inovatif akan tinggi jika individu merasakan adanya kemudahan untuk

melihat manfaat atas atribut produk inovatif yang ditawarkan (Rogers, 1995).

### 2.2.7. Proses Keputusan Inovasi

Proses keputusan inovasi ialah proses yang dilalui individu mulai dari pertama tahu adanya inovasi, kemudian dilanjutkan dengan keputusan setuju terhadap inovasi, penetapan keputusan menerima atau menolak inovasi, implementasi inovasi, dan konfirmasi terhadap keputusan inovasi yang telah diambilnya. Proses keputusan inovasi bukan kegiatan yang dapat berlangsung seketika, tetapi merupakan serangkaian kegiatan yang berlangsung dalam jangka waktu tertentu, sehingga individu atau organisasi dapat menilai gagasan yang baru itu sebagai bahan pertimbangan untuk selanjutnya akan menolak atau menerima inovasi dan menerapkannya. Ciri pokok keputusan inovasi dan merupakan perbedaannya dengan tipe keputusan yang lain adalah dimulai dengan adanya ketidakpastian tentang sesuatu. Menurut Roger, proses keputusan inovasi terdiri dari 5 tahap, yaitu tahap pengetahuan, tahapan bujukan, tahapan keputusan, tahap implementasi dan tahap konfirmasi. Kelima tahap tersebut akan dijelaskan sebagai berikut :





a. Tahap Pengetahuan (*Knowledge*).

Proses keputusan inovasi dimulai dengan tahap pengetahuan yaitu tahap pada saat seorang menyadari adanya suatu inovasi dan ingin tahu bagaimana fungsi inovasi tersebut. Pengertian menyadari dalam hal ini bukan memahami tetapi membuka diri untuk mengetahui inovasi. Seseorang menjadi atau membuka suatu inovasi tentu dilakukan secara aktif bukan secara pasif. Seseorang menyadari perlunya mengetahui inovasi biasanya tentu berdasarkan pengamatan tentang inovasi itu sesuai dengan kebutuhannya, minat atau mungkin juga kepercayaannya.

b. Tahap Bujukan (*Persuasion*).

Pada tahap persuasi dari proses keputusan inovasi, seseorang membentuk sikap menyenangi atau tidak menyenangi terhadap inovasi. Jika pada tahap pengetahuan proses kegiatan mental yang utama bidang kognitif, maka pada tahap persuasi yang berperan utama bidang afeksi atau perasaan. Seseorang tidak dapat menyenangi inovasi sebelum ia tahu lebih dulu tentang inovasi. Dalam tahap persuasi ini lebih banyak keaktifan mental yang memegang peran. Seseorang akan bersaha mengetahui lebih banyak tentang inovasi dan menafsirkan informasi yang diterimanya. Pada tahap ini berlangsung seleksi informasi disesuaikan dengan kondisi dan sifat pribadinya. Disinilah peranan karakteristik inovasi dalam mempengaruhi proses keputusan

inovasi. Dalam tahap persuasi ini juga sangat penting peran kemampuan untuk mengantisipasi kemungkinan penerapan inovasi di masa datang. Perlu ada kemampuan untuk untuk memproyeksikan penerapan inovasi dalam pemikiran berdasarkan kondisi dan situasi yang ada. Untuk mempermudah proses mental itu, perlu adanya gambaran yang jelas tentang bagaimana pelaksanaannya inovasi, jika mungkin sampai pada konsekuensi inovasi. Hasil dari tahap persuasi yang utama ialah adanya penentuan menyenangkan atau tidak menyenangkan inovasi. Diharapkan hasil tahap persuasi akan mengarahkan proses keputusan inovasi atau dengan kata lain ada kecenderungan kesesuaian antara menyenangkan inovasi dan menerapkan inovasi.

c. Tahap Keputusan (*Decision*).

Tahap keputusan dari proses inovasi, berlangsung jika seseorang melakukan kegiatan yang mengarah untuk menetapkan menerima atau menolak inovasi. Menerima inovasi berarti sepenuhnya akan menerapkan inovasi. Menolak inovasi berarti tidak akan menerapkan inovasi. Sering terjadi seseorang akan menerima inovasi setelah ia mencoba lebih dahulu. Bahkan jika mungkin mencoba sebagian kecil lebih dahulu, baru kemudian dilanjutkan secara keseluruhan jika sudah terbukti berhasil sesuai dengan yang diharapkan. Tetapi tidak semua inovasi dapat dicoba dengan dipecahkan menjadi beberapa bagian. Inovasi yang dapat dicoba

bagian demi bagian akan lebih cepat diterima. Dapat juga terjadi percobaan cukup dilakukan sekelompok orang dan yang lain cukup mempercayai dengan hasil percobaan temannya. Perlu diperhatikan bahwa dalam kenyataan pada setiap tahap dalam proses keputusan inovasi dapat terjadi penolakan inovasi.

d. Tahap Implementasi (*Implementation*).

Tahap implementasi dari proses keputusan inovasi terjadi apabila seseorang menerapkan inovasi. Dalam tahap implementasi ini berlangsung keaktifan baik mental maupun perbuatan. Keputusan penerima gagasan atau ide baru dibuktikan dalam praktik. Pada umumnya implementasi tentu mengikuti hasil keputusan inovasi. Tetapi dapat juga terjadi karena sesuatu hal sudah memutuskan menerima inovasi tidak diikuti implementasi. Biasanya hal ini terjadi karena fasilitas penerapan yang tidak tersedia.

e. Tahap Konfirmasi (*Confirmation*).

Dalam tahap konfirmasi ini seseorang mencari penguatan terhadap keputusan yang telah diambilnya, dan dapat menarik kembali keputusannya jika memang diperoleh informasi yang bertentangan dengan informasi semula. Tahap konfirmasi ini sebenarnya berlangsung secara berkelanjutan sejak terjadi keputusan menerima atau menolak inovasi yang berlangsung tak terbatas.

### 2.2.8. Perilaku Adopsi Inovasi

Pengertian perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul dari tindakan ini. Permasalahan pokok yang terdapat dalam pemasaran dan perilaku konsumen, yaitu respon konsumen terhadap pelayanan ataupun produk yang baru. Landasan dalam pengamatan respon konsumen terhadap produk baru tersebut merupakan bagian dari penelitian yang disebut sebagai difusi inovasi. Peneliti konsumen meneliti difusi inovasi yang terbagi atas proses difusi dan proses adopsi. Proses difusi merupakan proses makro dimana dalam proses tersebut menitik beratkan terhadap perkembangan dan inovasi produk ataupun jasa baru yang dilakukan oleh sebuah perusahaan yang ditujukan terhadap pasar. Bagaimana perusahaan dapat melihat kebutuhan pasar dan kemudian menentukan sebuah inovasi terhadap pasar tersebut (Schifman dan Kanuk, 2010).

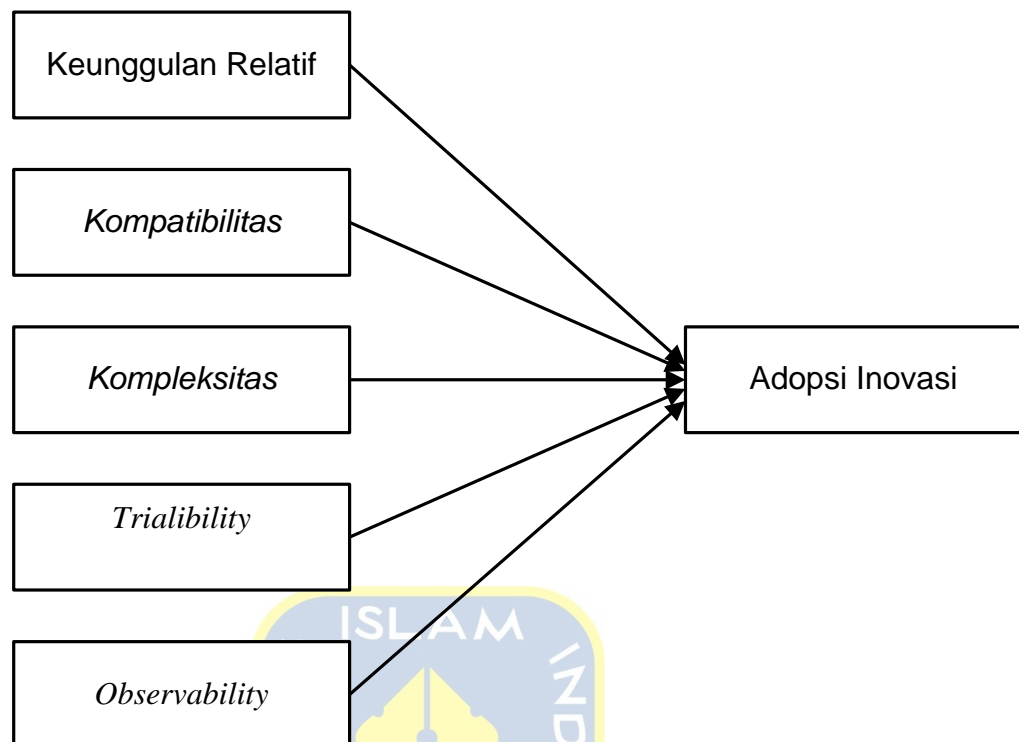
Keputusan yang diambil pemasar merupakan proses bagaimana produk baru dapat diterima oleh pasar, yang selanjutnya disebut sebagai proses adopsi. Hal ini juga merupakan proses mikro dari Difusi Inovasi. Dalam proses ini lebih ditekankan kepada individu-individu konsumen dalam menyikapi sebuah produk baru, apakah menerima ataupun menolak produk tersebut. Proses dari difusi ini memperhatikan bagaimana sebuah inovasi bisa diterima, bagaimana hal tersebut dapat

terpadu dalam pangsa pasar yang ada sebelumnya. Lebih tepatnya, difusi merupakan penerimaan terhadap inovasi, dapat berupa barang maupun jasa, yang tersampaikan melalui komunikasi, baik melalui media masa, tenaga penjual, pembicaraan sehari-hari, kepada anggota dari sistem sosial yaitu masyarakat pada umumnya dalam periode waktu tertentu (Rogers, 1995).

Difusi menjadi penting disebabkan karena tidak semua orang dapat menerima sebuah inovasi, ataupun pada akhirnya dapat menerima hal tersebut akan tetapi membutuhkan waktu yang lama. Hal itu lebih dikarenakan adanya perubahan dari sebuah produk ataupun jasa yang sebelumnya telah biasa dipergunakan dan masyarakat butuh waktu untuk dapat menerima pemikiran baru inovasi dari perusahaan dan dapat dengan biasa mempergunakan penawaran baru tersebut. Kecenderungan yang terjadi pada masyarakat adalah enggan untuk mencoba suatu hal yang baru dan keluar dari kebiasaanya.

## **2.. Kerangka Konseptual dan Hipotesis**

Kerangka konseptual adalah pondasi utama dimana sepenuhnya proyek penelitian ditunjukkan dan dikembangkan dari perumusan masalah yang telah diidentifikasi melalui proses wawancara, observasi, dan survei literatur (Kuncoro, 2009).



**Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran (Sumber : Sutaryo, 2004)**

Berdasarkan gambar tersebut terlihat bahwa variabel keunggulan relatif, variabel kesesuaian, variabel kerumitan, variabel ketercobaan dan variabel keterlihatan mempunyai pengaruh terhadap adopsi Inovasi oleh Pengerajin Bambu di Kabupaten Sleman.

#### **2.4. Hipotesis**

Berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran, kajian teoritis dan empirik, dapat dibuat hipotesis sebagai berikut :

- H.1. Keunggulan relatif berpengaruh terhadap adopsi Inovasi oleh Pengerajin Bambu di Kabupaten Sleman.
- H.2. Kesesuaian berpengaruh terhadap adopsi Inovasi oleh Pengerajin Bambu di Kabupaten Sleman.

- H.3. Kerumitan berpengaruh terhadap adopsi Inovasi oleh Pengerajin Bambu di Kabupaten Sleman.
- H.4. Ketercobaan berpengaruh terhadap adopsi Inovasi oleh Pengerajin Bambu di Kabupaten Sleman.
- H.5. Keterlihatan berpengaruh terhadap adopsi Inovasi pada Pengerajin Bambu di Kabupaten Sleman.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis dan Objek Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2014).

Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah pengerajin Bambu di Kabupaten Sleman

#### **3.2. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011). Berdasarkan definisi tersebut, maka populasi dari penelitian ini adalah seluruh Pengerajin Bambu di Kabupaten Sleman yang berjumlah 155 UKM.

**Sampel** merupakan bagian populasi yang digunakan untuk memperkirakan karakteristik populasi (Murti & Salamah, 2006). Dalam penelitian ini, digunakan rumus **Slovin** (Umar, 2005) untuk menentukan



jumlah sampel. Perhitungan jumlah sampel berdasarkan rumus Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) dianjurkan antara 10% – 20%.

Sehingga, perhitungan jumlah sampel:

$$n = \frac{155}{1 + 155 (0.1)^2}$$

$$n = 60,8$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini dibulatkan menjadi 60 orang.

Dalam penelitian ini digunakan teknik *purposive sampling*, di mana teknik penentuan sampel dilakukan dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2011) yaitu UKM yang telah beroperasi lebih dari 5 tahun. Adapun daftar sampel dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1

## Daftar Sampel Penelitian

No	Nama Pengrajin	Alamat
1	Sulisman	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
2	Makno Langgeng Widagdo	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
3	Ngadiki	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
4	Gede Supardi	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
5	Triyanto	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
6	Supriyo	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
7	Warno	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
8	Murdiyo	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
9	Sudaryono	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
10	Ibu sukini	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
11	Nunik	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
12	Lasono	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
13	Sukardi	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
14	Triyanto	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
15	Agung Satia Putra Jati	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
16	Sutrasno	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
17	Ngadimin	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
18	Saryoto	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
19	Jemirin	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
20	Waluyo Hadi	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
21	Wasilan	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
22	Netty Ratnaningsih Spd	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
23	Ibnu Sundaru Spd	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
24	Azis	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
25	Poniran	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
26	Iswanto	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
27	Samsudi	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
28	Surono	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
29	Lia	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
30	Lidi	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
31	Abadi Kerajinan Bambu	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
32	Samsuri	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
33	Eka	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
34	Chadra	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
35	Cahyo Mebel	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
36	Risdianto	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
37	Mardiyono	Brajan Sendang Agung, Kecamatan Minggir
38	Puji Sutrisno	Sendari, Tirtoaji, Mlati
39	Narofik	Sendari, Tirtoaji, Mlati
40	Heri tri Astuti	Sendari, Tirtoaji, Mlati

No	Nama Pengrajin	Alamat
41	Sugiyo	Sendari, Tirtoaji, Mlati
42	Ngadimin	Sendari, Tirtoaji, Mlati
43	Ngadiman	Sendari, Tirtoaji, Mlati
44	Mukijan	Sendari, Tirtoaji, Mlati
45	Mudamin	Sendari, Tirtoaji, Mlati
46	Sugiyono/salip	Sendari, Tirtoaji, Mlati
47	Adi Darmoyo	Sendari, Tirtoaji, Mlati
48	Sarbini	Sendari, Tirtoaji, Mlati
49	Riyadi	Sendari, Tirtoaji, Mlati
50	Sayidi	Sendari, Tirtoaji, Mlati
51	Panggih/sariyoto	Sendari, Tirtoaji, Mlati
52	Surahman	Sendari, Tirtoaji, Mlati
53	Hartono	Sendari, Tirtoaji, Mlati
54	Maryono	Sendari, Tirtoaji, Mlati
55	Aris Pranowo	Jl. Cebongan, Sendon, Tirtoadi, Mlati
56	Rusmanto	Jl. Cebongan, Sendon, Tirtoadi, Mlati
57	Mujino	Jl. Cebongan, Sendon, Tirtoadi, Mlati
58	Muhadi Supoyo	Jl. Cebongan, Sendon, Tirtoadi, Mlati
59	Ekwanto Ismawan	Jl. Cebongan, Sendon, Tirtoadi, Mlati
60	Ponijo	Jl. Cebongan, Sendon, Tirtoadi, Mlati

### 3.3. Metode Pengumpulan Data

#### a. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara) (Indriantoro dan Supomo, 1999). Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui kuesioner yang diajukan kepada responden yang merupakan jawaban mengenai apakah faktor Keunggulan relatif (*relative advantages*), Kesesuaian (*compability*), Kerumitan (*Complexity*), Ketercobaan (*trialibility*), keterlihatan (*observability*), terhadap Adopsi Inovasi Pada Pengerajin Bambu di Kabupaten Sleman.

#### b. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2009).

Kuesioner yang telah diisi oleh responden tersebut akan diseleksi terlebih dahulu agar memenuhi syarat seperti butir-butir pertanyaan diisi dengan lengkap termasuk mengisi identitas sebagai karakteristik responden, antara lain: usia, jenis kelamin, dan lama menjadi pengrajin bambu. Sejumlah pertanyaan ini digunakan untuk menguji hipotesis yang digunakan.

#### **3.4. Definisi Operasional dan pengukuran instrument penelitian**

Penelitian ini menjelaskan keterhubungan antar variabel dalam sebuah model, variabel - variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Adopsi inovasi, Keunggulan relatif (*relative advantages*), Kesesuaian (*compability*), Kerumitan (*Complexity*), Ketercobaan (*trialibility*), keterlihatan (*observability*).

Definisi operasional dan indikator masing-masing peubah dapat dijelaskan dalam tabel 3.1.

Tabel 3.2. Definisi Operasional

Variabel	Definisi Konseptual	Indikator	Sumber
<b>Adopsi Inovasi</b>	Adopsi inovasi adalah faktor yang mempengaruhi seorang individu untuk mengadopsi suatu inovasi atau teknologi baru. Difusi sebagai adopsi dari suatu inovasi dari waktu ke waktu oleh sistem sosial yang diberikan, sebagai akibatnya proses difusi menghasilkan penerimaan atau penetrasi ide baru, perilaku, atau inovasi fisik.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tahap <i>Awareness</i> (Kesadaran)</li> <li>• Tahap <i>Interest</i> (Keinginan)</li> <li>• Tahap <i>Evaluation</i> (Evaluasi)</li> <li>• Tahap <i>Trial</i> (Mencoba)</li> <li>• Tahap <i>Adoption</i> (Adopsi)</li> </ul>	Ibrahim M Al-Jabri , M. Sadiq Sohail, 2012. Wangke dan Suzana , 2016.
<b>Keuntungan relatif (<i>relative advantages</i>),</b>	Keunggulan relatif ( <i>relative advantages</i> ), adalah persepsi individu bahwa inovasi akan lebih baik, jika dibandingkan dengan ide yang sama, produk, atau praktik. inovasi yang dianggap baik akan diadopsi lebih cepat.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peningkatkan efektivitas</li> <li>• Peningkatan kualitas</li> <li>• Efisiensi waktu</li> <li>• Memudahkan pekerjaan.</li> </ul>	Tšoenyó Julia Ntemana & Wole Olatokun, 2012. Chin-Lung Hsu , Hsi-Peng Lu , Huei-Hsia Hsu, 2006.
<b>Kesesuaian (<i>compability</i>)</b>	Kesesuaian ( <i>compability</i> ), adalah sejauh mana inovasi dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang ada, keyakinan, kebiasaan dan pengalaman sekarang dan sebelumnya. Kompatibilitas adalah fitur penting dari inovasi sebagai kesesuaian dengan gaya hidup pengguna dan dapat mendorong tingkat adopsi yang cepat.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sesuai dengan pekerjaan</li> <li>• Sesuai dengan cara kerja</li> </ul>	Ibrahim M Al-Jabri , M. Sadiq Sohail, 2012. Chin-Lung Hsu , Hsi-Peng Lu , Huei-Hsia Hsu, 2006.
<b>Kerumitan (<i>Complexity</i>)</b>	Kerumitan ( <i>Complexity</i> ), adalah sejauh mana suatu inovasi dapat dianggap relatif sulit untuk dipahami dan digunakan. Kompleksitas adalah kebalikan dari kemudahan penggunaan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rumit untuk dipelajari.</li> <li>• Sulit untuk dipahami</li> <li>• Sulit untuk</li> </ul>	Ibrahim M Al-Jabri , M. Sadiq Sohail, 2012. Tšoenyó Julia Ntemana & Wole Olatokun, 2012.

Variabel	Definisi Konseptual	Indikator	Sumber
	Dengan kata lain, jika suatu inovasi terlalu kompleks, tidak mudah diadopsi.	digunakan	
<b>Ketercobaan</b> <i>(trialibility)</i>	Ketercobaan ( <i>trialibility</i> ), Adalah mengacu pada kapasitas untuk bereksperimen dengan teknologi baru sebelum adopsi. Potensi pengadopsi yang diperbolehkan untuk bereksperimen dengan inovasi akan merasa lebih nyaman dengan itu dan lebih mungkin untuk mengadopsi.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemudahan mencoba</li> <li>• Waktu mencoba</li> </ul>	Ibrahim M Al-Jabri , M. Sadiq Sohail, 2012. Chin-Lung Hsu , Hsi-Peng Lu , Hwei-Hsia Hsu, 2006.
<b>keterlihatan</b> <i>(observability)</i>	Keterlihatan ( <i>observability</i> ), adalah sejauh mana hasil suatu inovasi yang terlihat oleh orang lain. Observasi dari sebuah inovasi menggambarkan sejauh mana suatu inovasi dapat dilihat, manfaat dapat dengan mudah diamati dan dikomunikasikan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mudah dikerjakan</li> <li>• Mudah diamati</li> </ul>	Ibrahim M Al-Jabri , M. Sadiq Sohail, 2012. Tšoenyó Julia Ntemana & Wole Olatokun, 2012. Passachon Limthongchai, Mark W. Speece 2012.

### 3.5. Skala Pengukuran Variabel

Pengukuran variable yang akan diteliti menggunakan skala interval.

Skala interval adalah ukuran yang tidak semata-mata menunjukkan urutan (ranking) objek penelitian berdasarkan suatu atribut, tetapi juga memberikan informasi tentang jarak perbedaan (interval) antara tingkatan obyek yang satu dengan tingkatan obyek yang lain (Sugiyono, 2009).

Untuk mengukur tanggapan atau sikap responden tersebut, maka penulis menggunakan 5 poin skala likert. Dalam skala likert umumnya berisi skala terhadap pertanyaan-pertanyaan (*statements*) yang diajukan oleh peneliti dalam kuesioner. Adapun skor tiap jawaban dari setiap item pertanyaan atau

pernyataan mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative adalah sebagai berikut:

- |                        |                |
|------------------------|----------------|
| 1) Sangat Tidak Setuju | skor nilai = 1 |
| 2) Tidak Setuju        | skor nilai = 2 |
| 3) Netral              | skor nilai = 3 |
| 4) Setuju              | skor nilai = 4 |
| 5) Sangat Setuju       | skor nilai = 5 |

Skala Likert ini kemudian menskala individu yang bersangkutan dengan menambah bobot dari jawaban dipilih. Nilai rata-rata dari masing-masing responden dapat dikelompokkan dalam kelas interval dengan jumlah kelas = 5, sehingga interval tersebut dapat dihitung sebagai berikut

$$: \text{Interval} = \frac{\text{Nilai maksimal} - \text{Nilai Minimal}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

### 3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Validitas adalah ukuran kecermatan suatu tes dalam melakukan fungsi ukurannya (Sugiyono, 2009). Valid-tidaknya suatu alat ukur tergantung pada mampu tidaknya alat ukur tersebut mencapai tujuan pengukuran yang dikehendaki dengan tepat.

Besarnya  $r$  dapat dihitung dengan menggunakan korelasi, dimana taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 5%. Apabila nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka ada korelasi yang nyata antara kedua variable tersebut, sehingga kuesioner sebagai

alat pengukur dinilai atau dinyatakan valid. Jika nilai  $r_{hitung}$  kurang dari  $r_{tabel}$  maka tidak ada korelasi yang nyata antara kedua variable tersebut, sehingga kuesioner sebagai alat pengukur dinilai atau dinyatakan tidak valid.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik korelasi, yaitu dengan dengan membandingkan hasil koefisien korelasi  $r_{xy}$  dengan  $r_{tabel}$ .

#### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas alat ukur adalah untuk mengukur sejauh mana suatu alat pengukuran dapat memberikan hasil yang reliable apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda (Sugiyono, 2009).

Pengujian reliable dimaksudkan untuk mengetahui konsistensi responden dalam memberikan jawaban sehingga kesungguhan dari responden dapat dipercaya dengan kata lain pengujian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur dapat memberikan hasil yang konsisten apabila dilakukan pengulangan, untuk mengukur reliabilitas peneliti menggunakan teknik *Cronbach Alpha* yaitu koefisien reliabilitas yang menunjukkan seberapa baik konsistensi item-item kuesioner berkorelasi antara satu dengan yang lainnya. Menurut Sugiyono variable dikatakan reliable jika memiliki nilai koefisien Cronbach Alpha > 0,06.

### 3.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dapat dipakai agar hasilnya sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian adalah :



a) Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2009).

b) Analisis Kuantitatif

Analisis Kuantitatif adalah analisis yang bersifat hitungan dengan menetapkan rumus-rumus statistic untuk menguji kebenaran data, teori dan hipotesis (Sugiyono, 2009). Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda. Analisis regresi linear berganda digunakan peneliti karena bermaksud meramalkan bagaimana keadaan naik turunnya variable dependen, bila dua atau lebih variable independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) menurut Sugiyono (2009).

Adapun bentuk Regresi Linear Berganda adalah :

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 \dots + b_n X_n$$

Keterangan :

$Y$  = Variable dependen (Adopsi Inovasi)

$\alpha$  = Konstanta

$b_1 b_2 b_3 \dots b_n$  = koefisien regresi

$X_1 X_2 X_3 \dots X_n$  = variable independen

$X_1$  = *Relative Advantages*

$X_2 = \text{Compability}$

$X_3 = \text{Complexity}$

$X_4 = \text{Trialibility}$

$X_5 = \text{Observability}$

### 3.8. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik. Uji Asumsi Klasik ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah pengamatan model regresi linier dalam menganalisis telah memenuhi asumsi kalsik. Model linier akan lebih tepat digunakan apabila memenuhi asumsi berikut :

#### a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi dengan membagi model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2005). Untuk menguji normalitas, peneliti akan menggunakan *uji Kolmogorov Smirnov*. Jika nilai  $\rho \text{ value} > 0.05$  maka data tersebut berdistribusi normal, jika  $\rho \text{ value} < 0.05$  maka data tidak berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan asumsi *central limit theorem* yang menyatakan bahwa untuk sampel besar ( $n > 30$ ) akan mendekati suatu distribusi normal.

#### b) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji ada tidaknya hubungan antar variabel independen pada model regresi. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas digunakan analisis matrik korelasi antara variabel bebas dan perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila korelasi di atas 90% dan nilai VIF lebih besar dari 10 maka terjadi multikolinearitas. Sebaliknya apabila korelasi di bawah 90% dan nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Dalam perhitungan nilai VIF, multikolinearitas dapat dilihat pada batas *tolerance value* 0,01 dan batas VIF adalah 10. Jika *tolerance value* di bawah 0,01 dan nilai VIF di atas 10 maka terjadi multikolinearitas (Harunnisa, 2004 : 37).

**c) Uji Heterokedastisitas**

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari kesalahan atau residual melalui suatu pengamatan ke pengamatan lain. Salah satu cara mengujinya adalah dengan metode grafik yaitu dengan scatterplot dan dasar pengambilan keputusan adalah :

- Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang akan membentuk suatu pola teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heterokedastisitas.
- Jika tidak ada pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar ke atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

### 3.9. Pengujian Hipotesis

#### a. Uji t

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh dari keempat variable independen terhadap variable dependen secara parsial. Dengan membandingkan nilai t-hitung (sig t) dengan t-tabel atau probabilitas t-hitung (sig t) dengan tingkat signifikan ( $\alpha=5\%$ ). Hipotesis diterima apabila tingkat signifikan  $<5\%$  dan ditolak apabila tingkat signifikan  $>5\%$ .

#### b. Koefisien Beta ( $\beta$ )

Selanjutnya untuk menentukan variable independen yang dominan dalam mempengaruhi nilai variable dependennya dapat diketahui dari besarnya koefisien Beta ( $\beta$ ). Koefisien ini digunakan untuk membandingkan kekuatan pengaruh masing-masing variable independen terhadap variable dependennya. Suatu variable independen disebut mendominasi pengaruh variable independen yang lain terhadap variable variable dependen, apabila memiliki koefisien Beta terbesar.

## BAB IV

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Uji Instrumen dan Data Penelitian

##### 4.1.1. Uji Validitas

Kuesioner yang dibagikan dalam penelitian ini diuji validitas (kesahihan) dengan menggunakan stastical *software SPSS Release 20.0* dengan tingkat signifikansi 5%. Teknik yang digunakan untuk uji validitas adalah korelasi *Pearson Product Moment*. Ukuran tersebut harus memenuhi syarat sah yaitu apabila  $r_{xy} > r_{tabel}$ , maka instrument dikatakan memenuhi syarat sah. Selanjutnya hasil uji validitas dapat ditunjukkan pada Tabel 4.1 berikut ini ;

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	indikator	r hitung	r tabel	keterangan
Keuntungan relatif	X1.1	0.679	0.2845	valid
	X1.2	0.616	0.2845	valid
	X1.3	0.783	0.2845	valid
	X1.4	0.561	0.2845	valid
	X1.5	0.543	0.2845	valid
Kesesuaian	X2.1	0.874	0.2845	valid
	X2.2	0.664	0.2845	valid
	X2.3	0.814	0.2845	valid
	X2.4	0.672	0.2845	valid
	X2.5	0.961	0.2845	valid
Kerumitan	X3.1	0.638	0.2845	valid
	X3.2	0.723	0.2845	valid
	X3.3	0.668	0.2845	valid

	X3.4	0.830	0.2845	valid
	X3.5	0.581	0.2845	valid
Ketercobaan	X4.1	0.881	0.2845	valid
	X4.2	0.825	0.2845	valid
	X4.3	0.853	0.2845	valid
	X4.4	0.944	0.2845	valid
	X4.5	0.930	0.2845	valid
Keterlihatan	X5.1	0.807	0.2845	valid
	X5.2	0.821	0.2845	valid
	X5.3	0.746	0.2845	valid
	X5.4	0.767	0.2845	valid
	X5.5	0.951	0.2845	valid
Adopsi inovasi	Y1	0.549	0.2845	valid
	Y2	0.812	0.2845	valid
	Y3	0.771	0.2845	valid
	Y4	0.652	0.2845	valid
	Y5	0.550	0.2845	valid

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan besarnya nilai *koefisien korelasi* dari seluruh butir pertanyaan pada variabel keuntungan relatif, kesesuaian, kerumitan, ketercobaan, keterlihatan, dan adopsi inovasi memiliki nilai korelasi ( $r_{hitung} > r_{Tabel}$  (0,2845)). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir dinyatakan valid. Artinya kuesioner dan data penelitian yang diperoleh dalam penelitian ini dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

#### 4.1.2. Uji Reliabilitas

Teknik yang digunakan untuk menilai reliabilitas adalah *Cronbach Alpha*, dengan cara menyebarkan angket/kuesioner kepada Pengerajin Bambu di Kabupaten Sleman. Suatu instrument penelitian

dapat dikatakan reliabel (andal), jika alpha lebih dari 0,6. Hasil pengujian reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel Penelitian	Alpha Crobach	Nilai Kritis	Kriteria
Keuntungan relatif	0.631	0.6	Reliabel
Kesesuaian	0.855	0.6	Reliabel
Kerumitan	0.708	0.6	Reliabel
Ketercobaan	0.931	0.6	Reliabel
Keterlihatan	0.871	0.6	Reliabel
Adopsi inovasi	0.694	0.6	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach Alpha* pada seluruh variabel lebih besar dari 0,6 maka semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah handal. Sehingga butir-butir pertanyaan dalam variabel penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

#### 4.2. Analisis Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang dianalisa dalam penelitian ini adalah gender, pendidikan, penghasilan, pendidikan, dan lama kerja, hasil analisis deskriptif dapat dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Jenis kelamin Responden**

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki - laki	54	90%
Perempuan	6	10%
<b>Pendidikan Responden</b>		
SD	5	8.3%
SMP	19	31.7%
SMA	25	41.7%
Diploma	4	6.7%
Sarjana	7	11.7%
<b>Penghasilan Responden</b>		
< 1 juta	0	0%
1 - 2 juta	28	46.7%
> 2 juta	32	53.3%
<b>Lama kerja Responden</b>		
< 15 tahun	3	5.0%
15 - 30 tahun	40	66.7%
> 30 tahun	17	28.3%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer diolah, 2018

Hasil deskriptif Tabel 4.3 menunjukkan bahwa jenis kelamin responden mayoritas laki - laki yaitu sebanyak 54 orang atau 90%, pendidikan SMA sebesar 41,7%, penghasilan lebih dari 2 juta yaitu sebesar 53,3%, dan lama kerja antara 15 – 30 tahun sebesar 66,7%. Hal ini berarti pengrajin bambu di Sleman mayoritas berpendidikan menengah keatas, dengan penghasilan yang cukup, dan sudah cukup lama kerja di bidang kerajinan bambu.



### 4.3. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Hasil analisis deskriptif mengemukakan tabel yang menunjukkan tanggapan responden pada pernyataan yang berkaitan dengan variabel keuntungan relatif, kesesuaian, kerumitan, ketercobaan, keterlihatan dan adopsi inovasi. Adapun kriteria penilaian adalah sebagai berikut: (Simamora, 2002) adalah sebagai berikut :

Rata-rata 1,00 – 1,79 : Sangat rendah

Rata-rata 1,80 – 2,59 : Rendah

Rata-rata 2,60 – 3,39 : Cukup

Rata-rata 3,40 – 4,19 : Tinggi

Rata-rata 4,20 – 5,00 : Sangat tinggi



**Tabel 4.4**  
**Hasil Deskriptif Variabel Penelitian**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Keuntungan relatif	60	2.80	4.80	3.7367	0.48919
Kesesuaian	60	3.00	5.00	4.0867	0.62530
Kerumitan	60	1.00	2.60	1.7433	0.37388
Ketercobaan	60	2.00	5.00	3.8133	0.72800
Keterlihatan	60	2.00	5.00	3.6433	0.59727
Adopsi inovasi	60	3.00	5.00	3.8033	0.37999
Valid N (listwise)	60				

Sumber : Data primer diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui tanggapan dari 60 pengrajin bambu di Kabupaten Sleman, mayoritas memberikan penilaian tinggi atau setuju terhadap variabel keuntungan relative yaitu dengan rata – rata sebesar 3,74 yang berada pada interval antara 3,40 – 4,19. Penilaian

tertinggi pada item dengan melakukan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) memudahkan pekerjaan dan penilaian terendah pada item melakukan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) akan meningkatkan kualitas pekerjaan. Hal ini berarti melakukan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) akan meningkatkan efektivitas, kualitas pekerjaan, dan dapat menyelesaikan pekerjaan lebih cepat.

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui tanggapan dari 60 pengrajin bambu di Kabupaten Sleman, mayoritas memberikan penilaian tinggi atau setuju terhadap variabel kesesuaian yaitu dengan rata – rata sebesar 4,09 yang berada pada interval antara 3,40 – 4,19. Penilaian tertinggi pada item melakukan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) sesuai dengan budget pengrajin dan penilaian terendah pada item melakukan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) sesuai dengan kebutuhan pembuatan kerajinan bambu. Hal ini berarti melakukan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) sesuai dengan kebutuhan, pekerjaan, cara kerja, dan budget pembuatan kerajinan bambu.

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui tanggapan dari 60 pengrajin bambu di Kabupaten Sleman, mayoritas memberikan penilaian rendah terhadap variabel kerumitan yaitu dengan rata – rata sebesar 1,74 yang berada pada interval antara 1,00 – 1,79. Penilaian tertinggi pada item pengrajin menemui kesulitan untuk memahami dalam melaksanakan

inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) dan penilaian terendah pada item karyawan kesulitan untuk menyesuaikan dengan adanya teknik inovasi baru seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya). Hal ini berarti pengrajin tidak merasa kesulitan menggunakan inovasi seperti penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya.

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui tanggapan dari 60 pengrajin bambu di Kabupaten Sleman, mayoritas memberikan penilaian tinggi atau setuju terhadap variabel ketercobaan yaitu dengan rata – rata sebesar 3,81 yang berada pada interval antara 3,40 – 4,19. Penilaian tertinggi pada item pengrajin mampu memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada setelah mencoba inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) dan penilaian terendah pada item pengrajin memiliki anggaran yang cukup untuk melakukan uji coba dalam menggunakan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya). Hal ini berarti pengrajin memiliki banyak kesempatan, waktu, anggaran, dukungan, dan mampu memperbaiki kekurangan-kekurangan untuk melakukan uji coba dalam menggunakan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya).

Berdasarkan analisis deskriptif variabel keterlihatan dapat diketahui tanggapan dari 60 pengrajin bambu di Kabupaten Sleman, mayoritas memberikan penilaian tinggi atau setuju yaitu dengan rata – rata sebesar 3,64 yang berada pada interval antara 3,40 – 4,19. Penilaian

tertinggi pada item persaingan bisnis telah mendorong untuk melakukan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) dan penilaian terendah pada item pengerajin merasa menggunakan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) mudah dikerjakan. Hal ini berarti pengerajin merasa menggunakan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) mudah dikerjakan, terbiasa mengamati proses penggunaan inovasi, pelanggan dan karyawan terlibat dalam penggunaan inovasi, serta persaingan bisnis telah mendorong untuk melakukan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya).

Berdasarkan analisis deskriptif variabel adopsi inovasi dapat diketahui tanggapan dari 60 pengrajin bambu di Kabupaten Sleman, mayoritas memberikan penilaian tinggi atau setuju yaitu dengan rata – rata sebesar 3,80 yang berada pada interval antara 3,40 – 4,19. Penilaian tertinggi pada item menyadari adanya inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya). dan penilaian terendah pada item menilai baik/buruk dari menggunakan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya). Hal ini berarti pengrajin menyadari adanya inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya), mempunyai keinginan lebih jauh untuk mengetahui tentang inovasi, dan menggunakan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) dengan penuh keyakinan berdasarkan penilaian dan uji coba.

#### 4.4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda dan Pengujian Hipotesis

Analisis kuantitatif dalam penelitian menggunakan analisis regresi berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh keuntungan relatif, kesesuaian, kerumitan, ketercobaan, dan keterlihatan terhadap adopsi inovasi.

##### 1. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Hasil analisis dapat ditunjukkan pada Tabel 4.5 berikut:

**Tabel 4.5**  
**Estimasi Regresi Linear Berganda**

Variabel	Koefisien Regresi	t <sub>hitung</sub>	P <sub>value</sub>	Keterangan
(Constant)	2.339			
Keuntungan relatif (X <sub>1</sub> )	0.245	2.826	0.007	Signifikan
Kesesuaian (X <sub>2</sub> )	0.170	2.051	0.045	Signifikan
Kerumitan (X <sub>3</sub> )	-0.326	-3.603	0.001	Signifikan
Ketercobaan (X <sub>4</sub> )	0.264	2.777	0.008	Signifikan
Keterlihatan (X <sub>5</sub> )	0.165	2.157	0.035	Signifikan
Adj.R Square = 0,701				
Multiple R = 0,852				
F hitung = 28.649				
Sig F = 0,000				

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Pada Tabel 4.5 di atas perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program komputer didapat hasil sebagai berikut:

$$Y = 2,339 + 0,245X_1 + 0,170X_2 - 0,326X_3 + 0,264X_4 + 0,165X_5$$

a. Interpretasi Persamaan Regresi

Hasil persamaan analisis regresi dapat diinterpretasikan sebagai berikut ;

$a$  = Konstanta adalah sebesar 2,339, artinya jika tidak ada perubahan variabel keuntungan relatif, kesesuaian, kerumitan, ketercobaan dan keterlihatan maka besarnya adopsi inovasi akan sebesar 2,339 satuan.

$b_1$  = Variabel keuntungan relatif ( $X_1$ ) mempengaruhi Adopsi inovasi dengan koefisien positif sebesar 0,245. Adanya pengaruh positif ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi keuntungan relatif maka semakin meningkat Adopsi inovasi.

$b_2$  = Variabel kesesuaian ( $X_2$ ) mempengaruhi Adopsi inovasi dengan koefisien positif sebesar 0,170. Adanya pengaruh positif ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi kesesuaian maka semakin meningkat Adopsi inovasi.

$b_3$  = Variabel kerumitan ( $X_3$ ) mempengaruhi Adopsi inovasi dengan koefisien negatif sebesar -0,326. Adanya pengaruh negatif ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kerumitan maka semakin menurun Adopsi inovasi.

$b_4$  = Variabel ketercobaan ( $X_4$ ) mempengaruhi Adopsi inovasi dengan koefisien positif sebesar 0,264. Adanya pengaruh

positif ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi ketercobaan maka semakin meningkat Adopsi inovasi.

$b_5 =$  Variabel keterlihatan ( $X_5$ ) mempengaruhi Adopsi inovasi dengan koefisien positif sebesar 0,165. Adanya pengaruh positif ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi keterlibatan maka semakin meningkat Adopsi inovasi.

## 2. Uji Hipotesis

### a. Uji F

Analisis dari hasil uji F (uji serentak) dimaksudkan untuk membuktikan dari penelitian yang menyatakan bahwa variabel-variabel ketercobaan, kesesuaian, kemudahan pemakaian, dan persepsi manfaat mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Adopsi inovasi.

Hasil uji F diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 28,649 dan **p value** sebesar 0,000, sehingga  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, atau dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara bersama-sama variabel keuntungan relatif, kesesuaian, kerumitan, ketercobaan dan keterlihatan secara signifikan terhadap Adopsi inovasi.

### b. Koefisien determinasi (*adjusted R<sup>2</sup>*)

Hasil uji koefisien determinasi (*adj.R square*) pengaruh keuntungan relatif, kesesuaian, kerumitan, ketercobaan dan keterlihatan terhadap adopsi inovasi adalah sebesar 0,701. Hasil ini dapat diartikan bahwa adopsi inovasi dapat dijelaskan sebesar 70,1% oleh variabel

keuntungan relatif, kesesuaian, kerumitan, ketercobaan dan keterlihatan serta sisanya sebesar 29,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian.

**c. Uji t**

Uji t dimaksudkan untuk membuktikan dari penelitian yang menyatakan masing-masing variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel terikatnya atau dependen. Dengan membandingkan antara nilai  $t_{hitung}$  dengan tingkat signifikansi 5%.

1) Hasil pengujian hipotesis 1

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel keuntungan relatif ( $X_1$ ) terdapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,826 dan p value sebesar 0,007 yang berarti  $0,007 < 0,05$  artinya ada pengaruh variabel keuntungan relatif secara signifikan terhadap adopsi inovasi pada pengrajin bambu di Kabupaten Sleman. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan “Keuntungan relatif berpengaruh positif terhadap adopsi inovasi”, dinyatakan **Terbukti**.

2) Hasil pengujian hipotesis 2

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel kesesuaian ( $X_2$ ) terdapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,051 dan p value sebesar 0,045 yang berarti  $0,045 < 0,05$ , artinya ada pengaruh variabel kesesuaian secara signifikan terhadap Adopsi inovasi pada pengrajin bambu di Kabupaten Sleman.



Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan “Kesesuaian berpengaruh positif terhadap adopsi inovasi”, dinyatakan **Terbukti**.

3) Hasil pengujian hipotesis 3

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel kerumitan ( $X_3$ ) terdapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar -3,603 dan p value sebesar 0.001 yang berarti  $0,001 < 0,05$ , artinya ada pengaruh variabel kerumitan secara signifikan terhadap Adopsi inovasi pada Pengrajin bambu di Kabupaten Sleman. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan “Kerumitan berpengaruh negatif terhadap adopsi inovasi”, dinyatakan **Terbukti**.

4) Hasil pengujian Hipotesis 4

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel ketercobaan ( $X_4$ ) terdapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,777 dan p value sebesar 0.008 yang berarti  $0,008 < 0,05$ , artinya ada pengaruh variabel ketercobaan secara signifikan terhadap Adopsi inovasi. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis keempat yang menyatakan “Ketercobaan berpengaruh positif terhadap adopsi inovasi” dinyatakan **terbukti**.

5) Hasil pengujian Hipotesis 5

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel Keterlihatan ( $X_5$ ) terdapat

nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,157 dan p value sebesar 0.035 yang berarti  $0,035 < 0,05$ , artinya ada pengaruh variabel Keterlihatan secara signifikan terhadap Adopsi inovasi. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis kelima yang menyatakan “Keterlihatan berpengaruh positif terhadap adopsi inovasi” dinyatakan **terbukti**.

### 3. Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk menguji validitas dari hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan. Adapun pengujian yang digunakan adalah uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

#### a. Uji Normalitas

Teknik pengujian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *One-Sample Kolmogorov Smirnov test*. Dari hasil pengolahan data didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 4.6  
Hasil Uji Normalitas  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Standardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.95668921
Most Extreme Differences	Absolute Positive	.140
	Negative	-.074
Kolmogorov-Smirnov Z		1.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.189

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data Primer, 2018

Hasil uji normalitas nilai *asympt.sig* > 0,05 (0,189>0,05) maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji ini dimaksudkan untuk mendeteksi gejala korelasi antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain. Uji Multikolinieritas dapat dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan melihat VIF (Variance Inflation Factors) dan nilai tolerance. Jika  $VIF > 10$  dan nilai  $tolerance < 0,10$  maka terjadi gejala Multikolinieritas. Hasil multikolinieritas pada variabel bebas dapat ditunjukkan pada Tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.7  
Hasil Uji Multikolinieritas

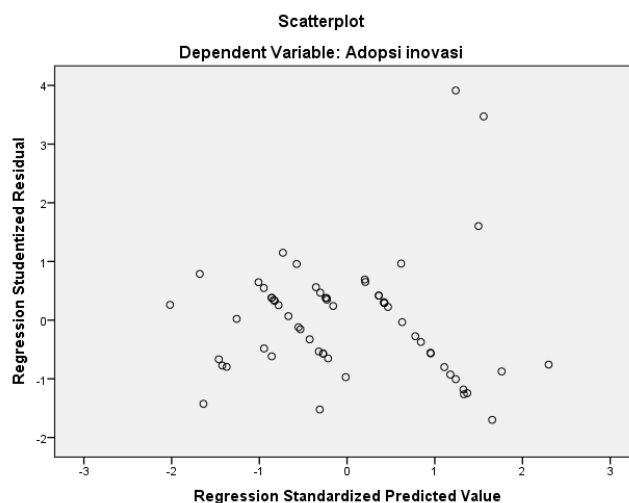
Variabel	VIF	Tolerance	Nilai Kritis	Keterangan
Keuntungan relatif ( $X_1$ )	1.480	0.675	10	Tidak terjadi multikolinieritas
Kesesuaian ( $X_2$ )	1.357	0.737	10	Tidak terjadi multikolinieritas
Kerumitan ( $X_3$ )	1.616	0.619	10	Tidak terjadi multikolinieritas
Ketercobaan ( $X_4$ )	1.788	0.559	10	Tidak terjadi multikolinieritas
Keterlihatan ( $X_5$ )	1.159	0.863	10	Tidak terjadi multikolinieritas
Keuntungan relatif ( $X_1$ )	1.480	0.675	10	Tidak terjadi multikolinieritas

Hasil uji multikolinieritas nilai  $VIF < 10$  dan nilai tolerance diatas

0,1 maka model regresi memenuhi asumsi multikolinieritas.

#### c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas menggunakan *plot*, hasil heterokedastisitas dapat ditunjukkan pada Gambar 4.1 berikut:



Hasil uji heterokedastisitas menunjukkan penyebaran data menyebar dan acak, sehingga tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

#### 4.5. Pembahasan Hasil Penelitian

##### 1. Pengaruh Keuntungan relatif terhadap Adopsi Inovasi

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa keuntungan relatif berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi inovasi. Hal ini berarti semakin baik keuntungan relatif maka semakin meningkat adopsi inovasi. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Sutaryo (2004) bahwa keuntungan relatif memiliki pengaruh positif terhadap Adopsi Teknologi Internet UKM di Sidoarjo Jawa Timur.

Keunggulan relatif merupakan suatu inovasi dianggap lebih atau unggul dari yang pernah ada sebelumnya. Hal ini dapat diukur dari beberapa segi, seperti segi ekonomi, *prestise social*, kenyamanan, kepuasan dan lain-lain. Semakin besar keunggulan relatif dirasakan oleh pengadopsi, semakin

cepat inovasi tersebut dapat diadopsi. Konsep keunggulan relatif menunjukkan bahwa tingkat adopsi produk inovatif akan tinggi jika individu merasakan adanya keuntungan atau manfaat yang ditawarkan oleh produk inovatif. Keunggulan relatif dalam mengadopsi inovasi bertujuan untuk memperoleh *benefit* atau manfaat yang lebih besar dari pada mempertahankan cara lama.

Implikasinya pengrajin sebaiknya meningkatkan indikator yang paling rendah yaitu melakukan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) akan meningkatkan kualitas pekerjaan. Peningkatan kualitas produk dan pekerjaan menjadi salah satu upaya pengrajin untuk meningkatkan efektifitas kerja dan memperoleh konsumen. Sedangkan dalam industri bambu yang masih berbasis home industry, kualitas desain produk merupakan kunci sukses dan ujung tombak usaha dalam persaingan pasar. Produk kerajinan bambu yang berkualitas salah satunya memiliki daya tahan, antara lain ketahanan terhadap panas, ketahanan terhadap noda, asam, tinta, tahan terhadap sinar matahari, daya tahan terhadap air garam, kemampuan menahan beban, dan sensitivitas permukaan bambu. Pengrajin sebaiknya segera melakukan inovasi seperti penggunaan paku tembak, dan sistem pengawetan, sehingga pekerjaan dapat diselesaikan dengan cepat dan rapi, kualitas produk juga akan terjaga, karena hasil kerajinan bambu lebih awet atau tahan lama.

## 2. Pengaruh Kesesuaian terhadap Adopsi Inovasi

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kesesuaian berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi inovasi. Hal ini berarti semakin baik kesesuaian maka semakin meningkat adopsi inovasi. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Sutaryo (2004) bahwa kesesuaian memiliki pengaruh positif terhadap Adopsi Teknologi Internet UKM di Sidoarjo Jawa Timur.

Kesesuaian atau kompatibilitas merupakan inovasi tersebut dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang berlaku, pengalaman masa lalu dan kebutuhan pengadopsi. Sebagai contoh apabila suatu inovasi atau ide baru tertentu tidak sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku, maka inovasi itu tidak dapat diadopsi dengan mudah sebagaimana halnya dengan inovasi yang sesuai (*compatible*). Konsep ini menunjukkan bahwa tingkat adopsi produk inovatif akan tinggi jika individu merasakan adanya kesamaan nilai-nilai atau keyakinan yang ditawarkan oleh produk inovatif (Al-Gahtani, 2003)

Implikasinya pengrajin sebaiknya meningkatkan indikator yang paling rendah yaitu melakukan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) sesuai dengan kebutuhan pembuatan kerajinan bambu. Persaingan dalam dunia usaha saat ini sangat ketat, dan mempertahankan pangsa pasar lebih sulit dibandingkan mencari pasar atau konsumen baru, oleh karena itu pengrajin harus terus melakukan inovasi – inovasi baru pada produknya, agar kualitas dan desain produk dapat diterima oleh konsumen dan tidak beralih ke produk yang ditawarkan pesaing. Inovasi produk merupakan sebuah kebutuhan yang mesti dilakukan oleh pengrajin jika

ingin meraih pangsa pasar lebih luas dan mempertahankan konsumen, inovasi yang dilakukan bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan disesuaikan dengan keinginan atau selera konsumen.

### **3. Pengaruh Kerumitan terhadap Adopsi Inovasi**

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kerumitan berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi inovasi. Hal ini berarti semakin rendah tingkat kerumitan maka semakin meningkat adopsi inovasi. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Sutaryo (2004) bahwa kerumitan memiliki pengaruh negatif terhadap Adopsi Teknologi Internet UKM di Sidoarjo Jawa Timur.

Kerumitan merupakan inovasi dianggap sebagai suatu yang sulit untuk dipahami dan digunakan. Beberapa inovasi tertentu ada yang dengan mudah dapat dimengerti dan digunakan oleh pengadopsi dan ada pula yang sebaliknya. Semakin mudah dipahami dan dimengerti oleh pengadopsi maka semakin cepat suatu inovasi dapat diadopsi. Konsep ini menunjukkan tingkat sejauh mana sebuah inovasi dipersiapkan sulit untuk dipahami dan digunakan. Tingkat adopsi produk inovatif akan tinggi jika individu merasakan adanya kemudahan penggunaan produk yang ditawarkan oleh produk inovatif (Roger, 1995). Beberapa inovasi tertentu ada yang dengan mudah dapat dimengerti dan digunakan oleh pengadopsi dan ada pula yang sebaliknya. Semakin mudah dipahami dan dimengerti oleh pengadopsi, maka semakin cepat suatu inovasi dapat diadopsi.

Implikasinya pengrajin meningkatkan indikator yang paling rendah yaitu karyawan kesulitan untuk menyesuaikan dengan adanya teknik inovasi

baru seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya). Penggunaan teknologi baru seperti mesin paku tembak membutuhkan keterampilan dan pengetahuan, sehingga alat tersebut dapat digunakan dengan efektif dan menghindari resiko atau kecelakaan kerja. Oleh karena itu pimpinan atau balai pelatihan kerja dan industri kecil memberikan pengarahan atau pelatihan kepada pengrajin agar dapat menggunakan alat/mesin baru dengan cara yang benar. Komposisi campuran bahan pengawetan juga harus diperhatikan oleh pengrajin, agar kerajinan bambu memiliki kualitas yang baik dan tahan lama.

#### **4. Pengaruh Ketercobaan terhadap Adopsi Inovasi**

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa ketercobaan berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi inovasi. Hal ini berarti semakin baik ketercobaan maka semakin meningkat adopsi inovasi. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Chin, *et. All* (2007) bahwa ketercobaan memiliki pengaruh positif terhadap adopsi teknologi pada pengguna MMS di Taiwan.

Ketercobaan atau kemampuan diuji cobakan merupakan suatu inovasi dapat diuji coba batas tertentu. Suatu inovasi yang dapat diuji cobakan dalam seting sesungguhnya umumnya akan lebih cepat diadopsi. Jadi agar dapat dengan cepat diadopsi, suatu inovasi sebaiknya harus mampu menunjukkan (mendemonstrasikan) keunggulannya. Konsep ini menunjukkan bahwa, tingkat adopsi produk inovatif akan tinggi jika individu merasakan adanya kemudahan untuk mencoba lebih dulu produk inovatif yang ditawarkan (Al-Gahtani, 2003). Kemampuan untuk diuji cobakan adalah derajat dimana suatu inovasi



dapat diuji coba batas tertentu. Suatu inovasi yang dapat diujicobakan dalam seting sesungguhnya umumnya akan lebih cepat diadopsi.

Implikasi bagi UKM yaitu dengan meningkatkan indikator yang paling rendah “pengrajin memiliki anggaran yang cukup untuk melakukan uji coba dalam menggunakan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya)”. UKM sebaiknya memiliki anggaran khusus untuk melakukan inovasi, baik inovasi marketing maupun teknologi modern yang mendukung pekerjaan atau proses produksi. Inovasi memberi keuntungan bagi perusahaan, baik jangka pendek maupun jangka panjang, sebaiknya UKM bekerjasama dengan pemasok untuk menggunakan adopsi inovasi, agar adopsi pada inovasi baru semakin meningkat, karena dengan terus menggunakan inovasi teknologi baru maka produktivitas dan efisiensi kerja akan semakin maksimal. Pengrajin dapat menyediakan anggaran khusus untuk mencoba formula sistem pengawet maupun penggunaan berbagai tipe mesin paku tembak, karena untuk mengawetkan berbagai jenis bambu membutuhkan campuran yang berbeda – beda, sehingga pengrajin harus mengenali karakteristik bahan baku, dan dapat membuat sistem pengawetan yang tepat dan sesuai kebutuhan.

##### **5. Pengaruh Keterlihatan terhadap Adopsi Inovasi**

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa keterlihatan berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi inovasi. Hal ini berarti semakin baik keterlihatan maka semakin meningkat adopsi inovasi. Hasil penelitian ini

mendukung penelitian Sutaryo (2004) bahwa ketercobaan memiliki pengaruh positif terhadap adopsi teknologi.

Kemampuan untuk diamati merupakan hasil suatu inovasi dapat terlihat oleh orang lain. Semakin mudah seseorang melihat hasil dari suatu inovasi, semakin besar kemungkinan orang atau sekelompok orang tersebut mengadopsi. Keterlihatan didefinisikan sebagai tingkat sejauh mana hasil suatu inovasi dapat dengan mudah untuk dilihat dan dikomunikasikan kepada pihak lain. Konsep ini menunjukkan bahwa tingkat adopsi produk inovatif akan tinggi jika individu merasakan adanya kemudahan untuk melihat manfaat atas atribut produk inovatif yang ditawarkan (Rogers, 1995).

Penilaian responden pada indikator pengrajin merasa menggunakan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) mudah dikerjakan, sebaiknya pengrajin sering berlatih menggunakan alat paku tembak dan memahami cara kerja alat tersebut, serta memiliki pengetahuan tentang komposisi bahan pengawet memahami cara kerja alat tersebut. Hal ini penting agar pengrajin dapat menggunakan alat/teknologi baru dengan benar, tepat dan tidak menimbulkan resiko.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil analisis data dan pembahasan, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

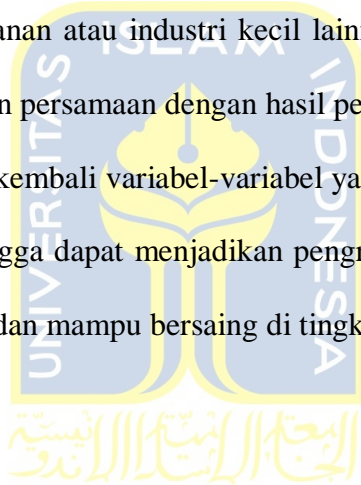
1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keuntungan relatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi inovasi pada pengrajin bambu di Kabupaten Sleman. Hal ini berarti semakin baik keuntungan relatif maka adopsi inovasi semakin meningkat.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesesuaian berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi inovasi pada pengrajin bambu di Kabupaten Sleman. Hal ini berarti semakin baik kesesuaian maka adopsi inovasi semakin meningkat.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kerumitan berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi inovasi pada pengrajin bambu di Kabupaten Sleman. Hal ini berarti semakin rendah kerumitan maka adopsi inovasi semakin meningkat.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketercobaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi inovasi pada pengrajin bambu di Kabupaten Sleman. Hal ini berarti semakin baik ketercobaan maka adopsi inovasi semakin meningkat.
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlihatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi inovasi pada pengrajin bambu di Kabupaten

Sleman. Hal ini berarti semakin baik keterlihatan maka adopsi inovasi semakin meningkat.

## 5.2 Saran

Hasil penelitian ini memberikan saran bagi penelitian yang akan datang yaitu :

1. Peneliti yang akan datang hendaknya mengembangkan penelitian ini pada usaha lain misalnya kerajinan keramik, gerabah, kulit, logam, industri makanan atau industri kecil lainnya, sehingga dapat diketahui perbedaan dan persamaan dengan hasil penelitian ini.
2. Perlu diteliti kembali variabel-variabel yang dapat meningkatkan adopsi inovasi sehingga dapat menjadikan pengrajin/UKM menjadi lebih kuat dan tangguh dan mampu bersaing di tingkat global



## DAFTAR PUSTAKA

- Alviyah, Lisna Fitri, (2015), “Pengaruh Persepsi Atribut Inovasi Perbankan Terhadap Adopsi Internet Banking (Studi Pada Mahasiswa di Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta)”, *Skripsi*, FEB, Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta
- Damanpour, Fariborz, & Schneider, Marguerite. (2006). Phases of the adoption of innovation in organizations: Effects of environment, organization and top Managers. *British Journal of Management*, 17(3), 215-236.
- Damanpour, F, dan M Schneider. 2008. "Characteristics of Innovation and Innovation Adoption in Public Organizations: Assessing the Role of Managers." *Journal of Public Administration Research and Theory*, Vol. 19, 495-522.
- Fullan, Michael, and Allan Pomfret, (1977), “Research on Curriculum and Instruction Implementation ”, *Review Journal of Educational Research*, Vol.47(2).
- Hsua, Chin-Lung., and Lub, Hsi-Peng., and Hsue, Huei-Hsia., (2006), "Adoption of the mobile Internet: An empirical study of multimedia message service (MMS)". Department of Information Management, National Taiwan University of Science and Technology, Taipei, Taiwan, ROC.
- Ibrahim, M Al Jabri dan Sohail, M Sadiq. 2012. “Mobile Banking adoption : Application of Diffusion of Innovation theory”. *Journal of Electronic Commerce Research*. Vol 13. No 4
- Limthongchai, Passachon., and Speece, Mark W., (2012), "The Effect of Perceived Characteristics of Innovation on E-Commerce Adoption by SMEs in Thailand".
- Mardikanto, T. 1993. “Penyuluhan Pembangunan Pertanian”. Sebelas Maret University Press. Surakarta.
- Robertson, Thomas, S., and Wind Y., (1976), “Organizational Psychographics and Innovativeness, Organizational innovations adoption: A multi-level framework of determinants and opportunities for future research”, *Journal of Consumer Research*, Vol.7: pp. 24-31.
- Rogers, Everett M. 2003. “*Diffusion of Innovations*”, 5th ed. New York: Free Press. A Division of Macmillan Publishing Co Inc.

- Rogers, Everett, M., (1983), *“Diffusion of Innovations”*, New York: The Free Press.
- Rogers, Everett, M., and Floyd F. Shoemaker, (1971), *“Communication of Innovations”*, London: The Free Press.
- Sandee, H. 1995. *“Innovation Adoption in Rural Industry: Techological Change in Roof Tile Cluster in Central Java, Indonesia, Dissertation, Vrije Universiteit Amsterdam”*.
- Schifman, and Kanuk, (2010), *“Consumer Behavior, Tenth, Edition”*, Jakarta: Pearson Education
- Sekaran, Uma, (2006), *“Metodologi Penelitian untuk Bisnis”*, Edisi 4, Buku 2, Jakarta: Salemba Empat.
- Soekartawi. 1988. *“Prinsip Dasar Komunikasi Pertanian”*. Universitas Indonesia Jakarta. .... 2005. *Prinsip Dasar Komunikasi Pertanian*. UI Press. Jakarta.
- Sugiyono, (1999), *“Statistika Untuk Penelitian”*, Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono, 2009, *“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D”*, Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *“Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D”*, Bandung: Alfabeta.
- Sutaryo, 2004, Pengaruh karakteristik inovasi terhadap adopsi teknologi internet oleh usaha kecil dan menengah (UKM), *Ekuitas Vol.8 No.2, pp:290-314*
- Van Geenhuizen, M. & N. Indarti. 2005. *“Knowledge As a Critical Resources in Inovation Among Small Furniture Companies in Indonesia: an Exploration”*, Gadjah Mada International Journal of Business 7 (3): 371-390.
- Tšoenyo Ntemana, Julia., and Olatokun, Wole., (2012), "Analyzing the Influence of Diffusion of Innovation attributes on lecturers' attitudes toward information and communication technologies", Vol.8: 179–197.
- Wangke, Welson M., Benu Olfie & L. Suzana, (2016), *“Adopsi Petani Terhadap Inovasi Tanaman Padi Sawah Organik Di Desa Molompar Kecamatan Tombatu Timur, Kabupaten Minahasa Tenggara”*, *Agri-SosioEkonomi Unsrat*, Volume 12 Nomor 2, 143 – 152.

## LAMPIRAN 1. KUESIONER

Yogyakarta, ..... Desember 2017

Kepada Yth.  
Bapak/Ibu/Sdr/Sdri .....  
Pemilik UKM Industri Kerajinan Bambu di Sleman

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana S1, Universitas Islam Indonesia. Kami bermaksud mengadakan penelitian dalam menyusun skripsi mengenai **“Pengaruh Karakteristik Inovasi Terhadap Adopsi Inovasi Pada Pengerajin Bambu di Desa Sendari, Tirtoadi, Mlati, Sleman, Yogyakarta”**

Berkenaan maksud diatas, maka kami selaku penyusun sangat mengharapkan bantuan partisipasi dari Bapak/Ibu Saudar/Saudari untuk bersedia meluangkan waktu untuk menjawab pernyataan-pernyataan dalam lembar kuisisioner yang terlampir pada halaman berikut ini. Pernyataan-pernyataan tersebut di maksudkan hanya untuk keperluan memperoleh data yang sangat saya perlukan dalam penyusunan Skripsi. Data yang saya peroleh tersebut tidak akan di pergunakan untuk keperluan lain serta kerahasiaannya terjamin.

Akhir kata, atas bantuan dan partisipasi Bapak/Ibu Saudara/Saudari sekalian, kami ucapkan banyak terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Peneliti  
(Randi Hendiana)

No. Kuesioner:.....

**Identitas Responden**

1. Nama Pengrajin : .....
2. Alamat : .....
3. Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan
4. Pendidikan :  SD  SMP  SMA  DIPLOMA  S1
5. Penghasilan/bulan :  < 1 juta  
 1 juta – 2 juta  
 > 2 juta
6. Lama Bekerja : ..... Tahun

**Petunjuk pengisian :**

1. Isilah identitas (data diri responden) anda dengan benar dan lengkap pada tempat yang sudah disediakan.
2. Isilah semua nomor yang ada dalam angket ini dan jangan sampai ada yang terlewatkan.
3. Jawablah pertanyaan dalam angket ini sesuai dengan apa yang anda rasakan dan alami saat ini.
4. Jawablah setiap bagian kuesioner sesuai dengan petunjuk yang ada.



**Berilah tanda silang (X) pada salah satu jawaban yang saudara anggap tepat**

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

**Keuntungan Relatif (X1)**

No	Keuntungan Relatif	SS	S	N	TS	STS
1.	Dengan melakukan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) akan meningkatkan efektivitas dalam pekerjaan.					
2.	Dengan melakukan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) akan meningkatkan kualitas pekerjaan saya.					
3.	Dengan melakukan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) memungkinkan saya menyelesaikan pekerjaan lebih cepat.					
4.	Dengan melakukan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) memudahkan pekerjaan saya.					
5.	Dengan melakukan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) secara umum akan meningkatkan penjualan					

**Kesesuaian (X2)**

No	Kesesuaian	SS	S	N	TS	STS
1.	Melakukan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) sesuai dengan kebutuhan pembuatan kerajinan bambu					
2.	Melakukan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) sesuai dengan pekerjaan pengerajin					
3.	Melakukan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) sesuai dengan cara kerja pengerajin.					
4.	Melakukan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) sesuai dengan budget pengerajin					

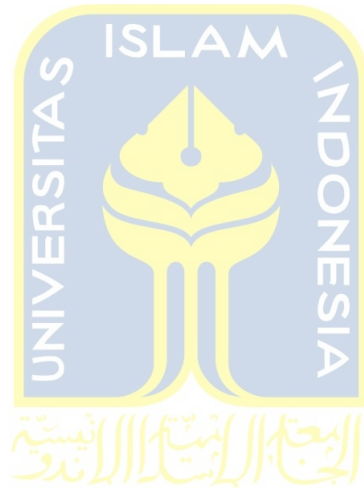
5.	Melakukan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) sesuai dengan kebutuhan pelanggan saat ini					
----	--	--	--	--	--	--

### Kerumitan (X3)

No	Kerumitan	SS	S	N	TS	STS
1.	Pengrajin merasa penggunaan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) sulit untuk dipelajari.					
2.	Pengrajin menemui kesulitan untuk memahami dalam melaksanakan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya).					
3.	Pengrajin merasa inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) sulit digunakan.					
4.	Karyawan kami kesulitan untuk menyesuaikan dengan adanya teknik inovasi baru seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya).					
5.	Pengrajin merasa penggunaan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) sulit untuk diajarkan.					

### Ketercobaan (X4)

No	Ketercobaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Pengrajin memiliki banyak kesempatan untuk melakukan uji coba dalam menggunakan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya).					
2.	Pengrajin memiliki waktu yang cukup untuk mencoba menggunakan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya).					
3.	Pengrajin memiliki anggaran yang cukup untuk melakukan uji coba dalam menggunakan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya).					
4.	Pengrajin banyak memperoleh dukungan dalam menggunakan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya).					
5.	Pengrajin mampu memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada setelah mencoba inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya).					



**Keterlihatan (X5)**

No	Keterlihatan	SS	S	N	TS	STS
1.	Pengerajin merasa menggunakan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) mudah dikerjakan.					
2.	Pengrajin terbiasa mengamati proses penggunaan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya).					
3.	Pengerajin merasa semua karyawan terlibat dalam penggunaan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya)					
4.	Pelanggan kami terlibat dalam proses inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya).					
5.	Persaingan bisnis telah mendorong untuk melakukan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya).					

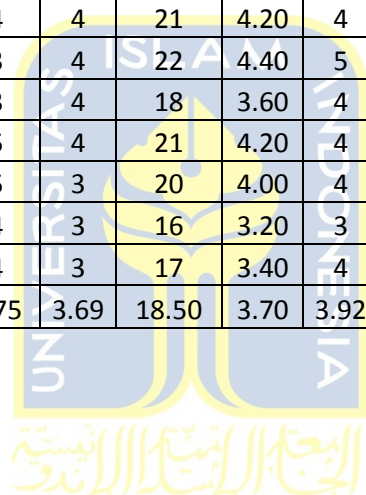
**Adopsi Inovasi (Y)**

No	Adopsi Inovasi	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya menyadari adanya inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya).					
2.	Saya mempunyai keinginan lebih jauh untuk mengetahui tentang inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya).					
3.	Saya menilai baik/buruk dari menggunakan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya).					
4.	Saya pernah mencoba menggunakan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) untuk lebih meyakinkan penilaian saya.					
5.	Saya menggunakan inovasi seperti (penggunaan paku tembak, sistem pengawetan dan lainnya) dengan penuh keyakinan berdasarkan penilaian dan uji coba.					

### LAMPIRAN 3. HASIL REKAPITULASI DATA PENELITIAN

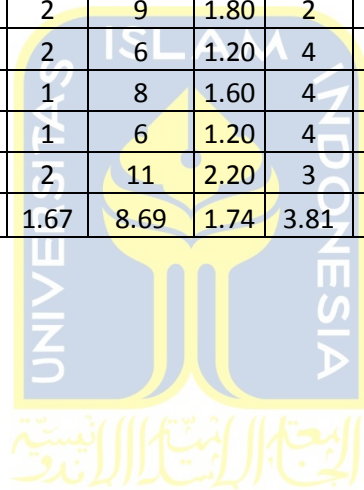
NO.RES	KEUNTUNGAN RELATIF (X1)					TOT_X1	X1	KESESUAIAN (X2)					TOT_X2	X2
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5			X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5		
1	3	3	4	4	4	18	3.60	5	5	5	5	5	25	5.00
2	4	4	3	4	3	18	3.60	4	3	3	5	4	19	3.80
3	5	3	4	5	5	22	4.40	4	5	4	4	4	21	4.20
4	5	3	4	4	4	20	4.00	4	5	4	5	5	23	4.60
5	3	3	2	3	4	15	3.00	3	4	3	3	3	16	3.20
6	2	2	3	4	4	15	3.00	4	4	3	4	4	19	3.80
7	5	2	4	3	2	16	3.20	3	3	2	4	3	15	3.00
8	4	4	3	4	3	18	3.60	5	5	4	5	5	24	4.80
9	4	3	3	4	3	17	3.40	4	3	4	5	4	20	4.00
10	3	3	3	4	4	17	3.40	3	2	3	4	3	15	3.00
11	4	4	4	3	4	19	3.80	2	4	3	4	3	16	3.20
12	4	3	4	4	3	18	3.60	3	5	4	4	4	20	4.00
13	4	5	5	4	4	22	4.40	5	4	4	5	5	23	4.60
14	5	4	4	4	4	21	4.20	4	4	4	5	4	21	4.20
15	4	4	4	3	4	19	3.80	5	5	5	5	5	25	5.00
16	5	3	3	3	3	17	3.40	2	3	2	5	3	15	3.00
17	5	3	5	5	3	21	4.20	4	4	4	4	4	20	4.00
18	4	4	4	3	5	20	4.00	3	5	5	4	4	21	4.20
19	4	4	3	3	3	17	3.40	5	4	5	5	5	24	4.80
20	2	3	3	3	3	14	2.80	5	4	4	5	5	23	4.60
21	3	4	4	3	4	18	3.60	5	4	4	5	5	23	4.60
22	5	3	4	4	4	20	4.00	5	4	5	5	5	24	4.80
23	3	3	2	3	3	14	2.80	5	5	3	5	5	23	4.60
24	3	3	4	3	4	17	3.40	3	4	4	4	4	19	3.80
25	4	4	3	4	4	19	3.80	3	4	3	4	4	18	3.60
26	3	4	3	4	3	17	3.40	3	4	4	4	4	19	3.80
27	4	4	3	4	4	19	3.80	5	4	4	5	5	23	4.60
28	3	3	3	3	3	15	3.00	4	4	4	5	4	21	4.20
29	3	3	4	4	4	18	3.60	5	5	5	5	5	25	5.00
30	4	4	3	4	3	18	3.60	4	3	3	5	4	19	3.80
31	5	3	4	5	5	22	4.40	4	5	4	4	4	21	4.20
32	5	3	4	4	4	20	4.00	4	5	4	5	5	23	4.60
33	3	3	2	3	4	15	3.00	3	4	3	3	3	16	3.20
34	2	2	3	4	4	15	3.00	4	4	3	4	4	19	3.80
35	5	2	4	3	2	16	3.20	3	3	2	4	3	15	3.00
36	4	4	3	4	3	18	3.60	5	5	4	5	5	24	4.80
37	4	3	3	4	3	17	3.40	4	3	4	5	4	20	4.00
38	3	3	3	4	4	17	3.40	3	2	3	4	3	15	3.00

39	4	4	4	3	4	19	3.80	2	4	3	4	3	16	3.20
40	4	3	4	4	3	18	3.60	3	5	4	4	4	20	4.00
41	3	4	4	3	4	18	3.60	4	4	4	4	4	20	4.00
42	2	5	4	3	4	18	3.60	2	3	2	5	3	15	3.00
43	5	5	5	5	4	24	4.80	5	5	5	5	5	25	5.00
44	5	4	5	5	5	24	4.80	3	5	5	4	4	21	4.20
45	5	5	5	4	4	23	4.60	5	4	5	5	5	24	4.80
46	4	5	4	4	4	21	4.20	5	4	4	5	5	23	4.60
47	4	5	4	4	4	21	4.20	5	4	4	5	5	23	4.60
48	5	5	5	4	4	23	4.60	5	4	5	5	5	24	4.80
49	3	5	3	4	4	19	3.80	5	5	3	5	5	23	4.60
50	4	4	4	4	4	20	4.00	3	4	4	4	4	19	3.80
51	3	4	4	4	3	18	3.60	3	4	3	4	4	18	3.60
52	4	4	4	4	4	20	4.00	3	4	4	4	4	19	3.80
53	4	5	4	4	4	21	4.20	5	4	4	5	5	23	4.60
54	4	5	4	4	4	21	4.20	4	4	4	5	4	21	4.20
55	5	5	5	3	4	22	4.40	5	5	5	5	5	25	5.00
56	3	5	3	3	4	18	3.60	4	3	3	5	4	19	3.80
57	4	4	4	5	4	21	4.20	4	3	3	4	4	18	3.60
58	4	5	3	5	3	20	4.00	4	5	4	5	5	23	4.60
59	3	3	3	4	3	16	3.20	3	4	3	3	3	16	3.20
60	3	4	3	4	3	17	3.40	4	4	3	4	4	19	3.80
Mean	3.88	3.54	3.65	3.75	3.69	18.50	3.70	3.92	4.06	3.79	4.52	4.19	20.48	4.10



NO.RES	KERUMITAN (X3)					TOT_X3	X3	KETERCOBAAN (X4)					TOT_X4	X4
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5			X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5		
1	1	1	1	2	2	7	1.40	3	3	3	3	3	15	3.00
2	2	2	2	2	2	10	2.00	5	5	4	5	5	24	4.80
3	1	1	1	1	2	6	1.20	3	3	4	4	4	18	3.60
4	2	2	2	2	2	10	2.00	4	4	4	4	3	19	3.80
5	1	2	1	1	2	7	1.40	2	4	3	4	3	16	3.20
6	2	2	1	2	1	8	1.60	3	5	4	4	4	20	4.00
7	2	2	2	2	2	10	2.00	4	4	4	4	4	20	4.00
8	1	2	3	1	1	8	1.60	4	4	4	4	4	20	4.00
9	2	2	2	2	2	10	2.00	4	4	4	5	4	21	4.20
10	2	2	2	2	3	11	2.20	3	3	3	3	3	15	3.00
11	2	2	2	2	1	9	1.80	4	3	3	3	4	17	3.40
12	2	2	2	2	2	10	2.00	3	3	3	3	3	15	3.00
13	1	1	2	1	1	6	1.20	4	4	4	4	4	20	4.00
14	2	2	2	1	1	8	1.60	5	4	4	5	5	23	4.60
15	1	2	2	1	1	7	1.40	5	4	4	5	5	23	4.60
16	2	2	2	3	3	12	2.40	2	2	2	2	2	10	2.00
17	1	2	2	1	2	8	1.60	5	5	3	5	5	23	4.60
18	2	2	2	2	3	11	2.20	3	4	4	4	4	19	3.80
19	2	2	2	2	1	9	1.80	5	4	5	4	4	22	4.40
20	2	2	2	2	2	10	2.00	3	4	4	4	4	19	3.80
21	1	1	3	1	1	7	1.40	5	4	4	5	5	23	4.60
22	2	2	2	1	1	8	1.60	4	4	4	5	4	21	4.20
23	2	2	2	2	2	10	2.00	3	3	3	3	3	15	3.00
24	3	3	3	2	2	13	2.60	3	3	3	3	3	15	3.00
25	2	2	2	2	3	11	2.20	3	3	3	3	3	15	3.00
26	2	2	2	2	1	9	1.80	4	4	4	4	4	20	4.00
27	2	2	2	2	2	10	2.00	3	4	3	3	3	16	3.20
28	2	2	2	2	2	10	2.00	3	3	3	3	3	15	3.00
29	1	1	1	2	2	7	1.40	4	4	4	4	4	20	4.00
30	2	2	2	2	2	10	2.00	5	5	4	5	5	24	4.80
31	1	1	1	1	2	6	1.20	4	3	4	5	4	20	4.00
32	2	2	2	2	2	10	2.00	3	4	4	4	3	18	3.60
33	1	2	1	1	2	7	1.40	4	4	4	4	4	20	4.00
34	2	2	1	2	1	8	1.60	3	3	3	3	3	15	3.00
35	2	2	2	2	2	10	2.00	4	4	4	4	4	20	4.00
36	1	2	3	1	1	8	1.60	4	4	4	4	4	20	4.00
37	2	2	2	2	2	10	2.00	4	4	4	5	4	21	4.20
38	2	2	2	2	3	11	2.20	2	2	3	2	3	12	2.40
39	2	2	2	2	1	9	1.80	3	3	2	2	3	13	2.60
40	2	2	2	2	2	10	2.00	4	4	4	4	4	20	4.00

41	2	2	2	2	1	9	1.80	5	3	4	4	4	20	4.00
42	2	2	2	2	1	9	1.80	4	4	4	4	4	20	4.00
43	1	1	1	1	1	5	1.00	5	5	5	5	5	25	5.00
44	2	1	1	1	1	6	1.20	3	5	5	4	4	21	4.20
45	2	1	1	1	1	6	1.20	5	4	5	5	5	24	4.80
46	2	2	1	1	1	7	1.40	5	4	4	5	5	23	4.60
47	2	2	1	1	1	7	1.40	5	4	4	5	5	23	4.60
48	2	2	1	1	1	7	1.40	5	4	5	5	5	24	4.80
49	2	3	3	3	2	13	2.60	3	2	2	2	3	12	2.40
50	3	2	2	2	2	11	2.20	3	4	4	4	4	19	3.80
51	2	2	2	2	2	10	2.00	3	3	3	3	3	15	3.00
52	1	2	2	2	2	9	1.80	3	4	4	4	4	19	3.80
53	2	2	1	1	1	7	1.40	5	4	4	5	5	23	4.60
54	2	2	2	2	1	9	1.80	4	4	4	5	4	21	4.20
55	2	1	1	1	2	7	1.40	5	5	5	5	5	25	5.00
56	1	2	2	2	2	9	1.80	2	3	3	2	2	12	2.40
57	1	1	1	1	2	6	1.20	4	5	4	4	4	21	4.20
58	2	2	2	1	1	8	1.60	4	4	4	5	4	21	4.20
59	1	2	1	1	1	6	1.20	4	4	4	4	3	19	3.80
60	2	2	3	2	2	11	2.20	3	3	3	3	3	15	3.00
Mean	1.75	1.83	1.79	1.65	1.67	8.69	1.74	3.81	3.77	3.75	3.98	4	19.21	3.84





X4	NO.RES	KETERLIHATAN (X5)					TOT_X5	X5	ADOPSI INOVASI (Y)					TOT_Y	Y
		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4				Y1	Y2	Y3	Y4	Y5		
3.00	1	3	4	3	4	4	18	3.60	4	4	4	4	4	20	4.00
4.80	2	4	5	5	5	5	24	4.80	4	4	4	4	4	20	4.00
3.60	3	5	5	5	5	5	25	5.00	4	4	4	4	4	20	4.00
3.80	4	3	3	3	3	3	15	3.00	4	4	4	4	3	19	3.80
3.20	5	3	4	4	4	4	19	3.80	4	4	4	3	4	19	3.80
4.00	6	4	3	3	4	4	18	3.60	4	3	3	3	4	17	3.40
4.00	7	3	4	3	4	4	18	3.60	3	3	4	4	4	18	3.60
4.00	8	3	4	3	5	4	19	3.80	4	4	4	4	4	20	4.00
4.20	9	3	4	4	4	4	19	3.80	4	3	3	4	4	18	3.60
3.00	10	4	3	4	3	4	18	3.60	3	3	3	3	4	16	3.20
3.40	11	2	2	3	2	2	11	2.20	4	4	3	4	3	18	3.60
3.00	12	4	3	4	3	4	18	3.60	4	4	3	4	4	19	3.80
4.00	13	4	4	4	5	4	21	4.20	4	4	4	4	4	20	4.00
4.60	14	4	4	4	3	4	19	3.80	4	4	4	4	4	20	4.00
4.60	15	5	4	4	5	5	23	4.60	4	4	4	4	4	20	4.00
2.00	16	5	5	3	5	5	23	4.60	3	4	3	3	4	17	3.40
4.60	17	4	3	5	3	4	19	3.80	4	4	4	4	4	20	4.00
3.80	18	3	3	3	4	3	16	3.20	4	3	3	4	4	18	3.60
4.40	19	3	3	3	5	4	18	3.60	4	4	4	4	4	20	4.00
3.80	20	4	3	4	3	4	18	3.60	4	3	3	4	4	18	3.60
4.60	21	4	4	4	5	4	21	4.20	4	4	4	4	4	20	4.00
4.20	22	2	3	3	3	3	14	2.80	4	4	4	4	4	20	4.00
3.00	23	4	3	4	3	4	18	3.60	4	3	3	4	4	18	3.60
3.00	24	3	4	4	4	4	19	3.80	3	3	3	4	3	16	3.20
3.00	25	3	4	3	4	4	18	3.60	3	3	3	4	4	17	3.40
4.00	26	3	4	4	4	4	19	3.80	4	3	3	4	4	18	3.60
3.20	27	3	3	3	3	3	15	3.00	4	3	3	4	4	18	3.60
3.00	28	4	4	4	5	4	21	4.20	4	3	3	4	4	18	3.60
4.00	29	3	4	3	4	4	18	3.60	4	4	4	4	4	20	4.00
4.80	30	4	5	5	5	5	24	4.80	4	4	4	4	4	20	4.00
4.00	31	4	4	4	4	4	20	4.00	4	4	4	4	4	20	4.00
3.60	32	3	3	3	3	3	15	3.00	4	4	4	4	3	19	3.80
4.00	33	3	4	4	4	4	19	3.80	4	4	4	3	4	19	3.80
3.00	34	2	2	2	2	2	10	2.00	4	3	3	3	4	17	3.40
4.00	35	3	4	3	4	4	18	3.60	3	3	4	4	4	18	3.60
4.00	36	3	4	3	5	4	19	3.80	4	4	4	4	4	20	4.00
4.20	37	3	4	4	4	4	19	3.80	4	3	3	4	4	18	3.60
2.40	38	2	3	2	3	2	12	2.40	3	3	3	3	4	16	3.20
2.60	39	4	4	3	3	4	18	3.60	4	4	3	4	3	18	3.60
4.00	40	4	3	4	3	4	18	3.60	4	4	3	4	4	19	3.80

4.00	41	3	3	4	3	3	16	3.20	4	4	4	3	4	19	3.80
4.00	42	4	4	4	3	4	19	3.80	4	4	4	4	3	19	3.80
5.00	43	4	4	4	4	4	20	4.00	5	5	4	4	4	22	4.40
4.20	44	4	4	4	4	4	20	4.00	5	5	5	4	4	23	4.60
4.80	45	3	3	4	5	4	19	3.80	4	4	5	4	4	21	4.20
4.60	46	3	3	4	4	4	18	3.60	4	4	4	4	4	20	4.00
4.60	47	4	4	4	4	4	20	4.00	4	4	4	4	4	20	4.00
4.80	48	4	3	4	4	4	19	3.80	5	5	5	5	5	25	5.00
2.40	49	3	3	3	4	3	16	3.20	5	3	2	3	3	16	3.20
3.80	50	3	4	3	3	3	16	3.20	5	3	2	4	4	18	3.60
3.00	51	3	4	4	3	4	18	3.60	4	4	3	3	3	17	3.40
3.80	52	3	4	4	3	4	18	3.60	5	3	2	4	4	18	3.60
4.60	53	4	4	4	4	4	20	4.00	5	5	5	5	5	25	5.00
4.20	54	3	3	4	5	4	19	3.80	5	3	2	5	5	20	4.00
5.00	55	4	4	4	4	4	20	4.00	4	4	4	4	4	20	4.00
2.40	56	3	4	3	5	4	19	3.80	4	3	4	3	4	18	3.60
4.20	57	4	4	4	4	4	20	4.00	4	4	4	4	4	20	4.00
4.20	58	3	4	3	4	4	18	3.60	5	4	4	4	4	21	4.20
3.80	59	2	3	3	3	3	14	2.80	4	3	3	4	4	18	3.60
3.00	60	2	2	2	2	2	10	2.00	4	3	2	3	3	15	3.00
3.84	Mean	3.46	3.63	3.65	3.85	4	18.44	3.69	3.92	3.73	3.67	3.85	3.90	19.06	3.81



**LAMPIRAN 4. HASIL UJI VALIDITAS**  
**Uji Validitas dan Reliabilitas Keuntungan Relatif (X1)**  
**Correlations**

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOT_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.133	.545**	.333**	.054	.679**
	Sig. (2-tailed)		.310	.000	.009	.683	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X1.2	Pearson Correlation	.133	1	.331**	.109	.283	.616**
	Sig. (2-tailed)	.310		.010	.407	.028	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X1.3	Pearson Correlation	.545**	.331**	1	.277	.322	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.010		.032	.012	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X1.4	Pearson Correlation	.333**	.109	.277	1	.214	.561**
	Sig. (2-tailed)	.009	.407	.032		.100	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X1.5	Pearson Correlation	.054	.283	.322	.214	1	.543**
	Sig. (2-tailed)	.683	.028	.012	.100		.000
	N	60	60	60	60	60	60
TOT_X1	Pearson Correlation	.679**	.616**	.783**	.561**	.543**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Reliability**

**Scale: ALL VARIABLES**

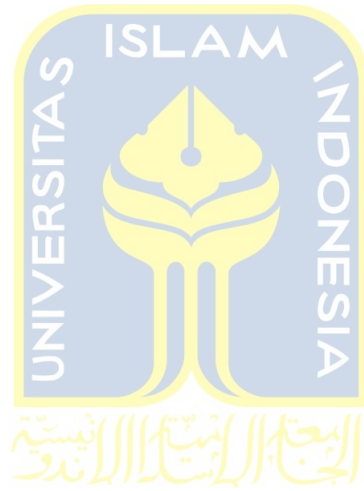
**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.631	5



## Uji Validitas dan Reliabilitas Kesesuaian (X2) Correlations

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOT_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.373 <sup>**</sup>	.591 <sup>**</sup>	.657 <sup>**</sup>	.887 <sup>**</sup>	.883 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		.003	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X2.2	Pearson Correlation	.373 <sup>**</sup>	1	.576 <sup>**</sup>	.086	.571 <sup>**</sup>	.664 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.511	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X2.3	Pearson Correlation	.591 <sup>**</sup>	.576 <sup>**</sup>	1	.360 <sup>**</sup>	.701 <sup>**</sup>	.820 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.005	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X2.4	Pearson Correlation	.657 <sup>**</sup>	.086	.360 <sup>**</sup>	1	.704 <sup>**</sup>	.669 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000	.511	.005		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X2.5	Pearson Correlation	.887 <sup>**</sup>	.571 <sup>**</sup>	.701 <sup>**</sup>	.704 <sup>**</sup>	1	.962 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60
TOT_X2	Pearson Correlation	.883 <sup>**</sup>	.664 <sup>**</sup>	.820 <sup>**</sup>	.669 <sup>**</sup>	.962 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Reliability

**Scale: ALL VARIABLES**

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.858	5

## Uji Validitas dan Reliabilitas Kerumitan (X3) Correlations

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOT_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.506**	.220	.472**	.106	.638**
	Sig. (2-tailed)		.000	.091	.000	.420	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X3.2	Pearson Correlation	.506**	1	.517**	.478**	.121	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.356	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X3.3	Pearson Correlation	.220	.517**	1	.399**	.134	.668**
	Sig. (2-tailed)	.091	.000		.002	.309	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X3.4	Pearson Correlation	.472**	.478**	.399**	1	.493**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X3.5	Pearson Correlation	.106	.121	.134	.493**	1	.581**
	Sig. (2-tailed)	.420	.356	.309	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60
TOT_X3	Pearson Correlation	.638**	.723**	.668**	.830**	.581**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Reliability

Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.708	5

## Uji Validitas dan Reliabilitas Ketercobaan (X4) Correlations

		Correlations					
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	TOT_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.327	.596**	.761**	.864**	.870**
	Sig. (2-tailed)		.011	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X4.2	Pearson Correlation	.327	1	.523**	.379**	.575**	.653**
	Sig. (2-tailed)	.011		.000	.003	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X4.3	Pearson Correlation	.596**	.523**	1	.596**	.688**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X4.4	Pearson Correlation	.761**	.379**	.596**	1	.856**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X4.5	Pearson Correlation	.864**	.575**	.688**	.856**	1	.960**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60
TOT_X4	Pearson Correlation	.870**	.653**	.811**	.866**	.960**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Reliability

Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.889	5

## Uji Validitas dan Reliabilitas Keterlihatan (X5) Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	TOT_X5
X5.1	Pearson Correlation	1	.336**	.416**	.180	.653**	.705**
	Sig. (2-tailed)		.009	.001	.168	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X5.2	Pearson Correlation	.336**	1	.207	.461**	.652**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.009		.113	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X5.3	Pearson Correlation	.416**	.207	1	.093	.502**	.587**
	Sig. (2-tailed)	.001	.113		.479	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X5.4	Pearson Correlation	.180	.461**	.093	1	.536**	.669**
	Sig. (2-tailed)	.168	.000	.479		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X5.5	Pearson Correlation	.653**	.652**	.502**	.536**	1	.914**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60
TOT_X5	Pearson Correlation	.705**	.733**	.587**	.669**	.914**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Reliability

Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.751	5



## Uji Validitas dan Reliabilitas Adopsi Inovasi (Y) Correlations

		Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOT_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.363**	.039	.359**	.237	.549**
	Sig. (2-tailed)		.004	.765	.005	.068	.000
	N	60	60	60	60	60	60
Y2	Pearson Correlation	.363**	1	.741**	.304*	.136	.812**
	Sig. (2-tailed)	.004		.000	.018	.301	.000
	N	60	60	60	60	60	60
Y3	Pearson Correlation	.039	.741**	1	.281*	.274*	.771**
	Sig. (2-tailed)	.765	.000		.030	.034	.000
	N	60	60	60	60	60	60
Y4	Pearson Correlation	.359**	.304*	.281*	1	.409**	.652**
	Sig. (2-tailed)	.005	.018	.030		.001	.000
	N	60	60	60	60	60	60
Y5	Pearson Correlation	.237	.136	.274*	.409**	1	.550**
	Sig. (2-tailed)	.068	.301	.034	.001		.000
	N	60	60	60	60	60	60
TOT_Y	Pearson Correlation	.549**	.812**	.771**	.652**	.550**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Reliability

Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.694	5

## LAMPIRAN 5. KARAKTERISTIK RESPONDEN

		Statistics			
		Gender	Lama kerja	Penghasilan	Pendidikan
N	Valid	60	60	60	60
	Missing	0	0	0	0

### Frequency Table

		Gender			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - laki	54	90.0	90.0	90.0
	Perempuan	6	10.0	10.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

		Lama kerja			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 15 tahun	3	5.0	5.0	5.0
	15 - 30 tahun	40	66.7	66.7	71.7
	> 30 tahun	17	28.3	28.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

		Penghasilan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 - 2 juta	28	46.7	46.7	46.7
	> 2 juta	32	53.3	53.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	5	8.3	8.3	8.3
	SMP	19	31.7	31.7	40.0
	SMA	25	41.7	41.7	81.7
	Diploma	4	6.7	6.7	88.3
	S1	7	11.7	11.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

## LAMPIRAN 6. ANALISIS REGRESI

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Keterlihatan, Kesesuaian, Kerumitan, Keuntungan relatif, Ketercobaan <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Adopsi inovasi

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.852 <sup>a</sup>	.726	.701	.20783

a. Predictors: (Constant), Keterlihatan, Kesesuaian, Kerumitan, Keuntungan relatif, Ketercobaan

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.187	5	1.237	28.649	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2.332	54	.043		
	Total	8.519	59			

a. Dependent Variable: Adopsi inovasi

b. Predictors: (Constant), Keterlihatan, Kesesuaian, Kerumitan, Keuntungan relatif, Ketercobaan

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.339	.413		5.657	.000
	Keuntungan relatif	.190	.067	.245	2.826	.007
	Kesesuaian	.103	.050	.170	2.051	.045
	Kerumitan	-.332	.092	-.326	-3.603	.001
	Ketercobaan	.138	.050	.264	2.777	.008
	Keterlihatan	.105	.049	.165	2.157	.035

a. Dependent Variable: Adopsi inovasi

## LAMPIRAN 7. UJI ASUMSI KLASIK

### Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.95668921
Most Extreme Differences	Absolute	.140
	Positive	.140
	Negative	-.074
Kolmogorov-Smirnov Z		1.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.189

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

### Uji multikolinieritas

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	2.339	.413		5.657	.000		
	Keuntungan relatif	.190	.067	.245	2.826	.007	.675	1.480
	Kesesuaian	.103	.050	.170	2.051	.045	.737	1.357
	Kerumitan	-.332	.092	-.326	-3.603	.001	.619	1.616
	Ketercobaan	.138	.050	.264	2.777	.008	.559	1.788
	Keterlihatan	.105	.049	.165	2.157	.035	.863	1.159

a. Dependent Variable: Adopsi inovasi

### Uji heterokedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: Adopsi inovasi

