

**PENGARUH KEINOVATIFAN KONSUMEN PADA NIAT  
ADOPSI PRODUK BARU YANG DIMEDIASI OLEH SIKAP  
ADOPSI PRODUK BARU PADA SMART PHONE DENGAN  
JARINGAN 5G**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen  
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

**Disusun oleh:**

**EGA ADI PRATAMA**  
**B 100150310**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
**2020**

## **HALAMAN PENGESAHAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

### **PENGARUH KEINOVATIFAN KONSUMEN PADA NIAT ADOPSI PRODUK BARU YANG DIMEDIASI OLEH SIKAP ADOPSI PRODUK BARU PADA SMARTPHONE DENGAN JARINGAN 5G**

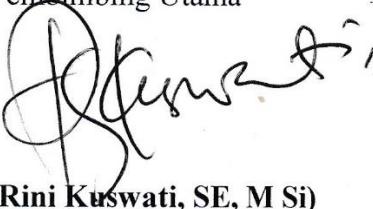
Yang di tulis dan disusun oleh:

**EGA ADI PRATAMA**  
**B100150310**

Penandatangan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima

Surakarta, 30 Januari 2020

Pembimbing Utama



(Rini Kuswati, SE, M Si)

Mengetahui





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417  
57102

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **EGA ADI PRATAMA**

NIRM : **B 100 150 310**

Jurusan : **EKONOMI MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **“PENGARUH KEINOVATIFAN KONSUMEN PADA  
NIAT ADOPSI PRODUK BARU YANG DIMEDIASI  
OLEH SIKAP ADOPSI PRODUK BARU PADA  
SMARTPHONE DENGAN JARINGAN 5G”**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan gelar atau ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 30 Januari 2020

Yang membuat pernyataan,

(EGA ADI PRATAMA)

## MOTTO

*Sabar dan tenang dalam menghadapi segala hal, maka otak akan memberi solusi terbaik. Awali dengan doa dan restu dari orang tua.*

*(Penulis)*

*Barang siapa yang keluar rumah untuk mencari ilmu maka ia berada di jalan Allah hingga ia pulang*

*(Hadis Riwayat Tirmidzi)*

*“Barangsiapa bertawakkal pada Allah, maka Allah akan memberikan kecukupan padanya, sesungguhnya Allah lah yang akan melaksanakan urusan (yang dikehendaki)-Nya.”*

*(QS. Ath-Thalaq: 3).*

*“Sesungguhnya allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah diri mereka sendiri.”*

*(QS. Al-Ra’d: 11)*

## PERSEMBAHAN

Dengan mengucap syukur kehadirat Allah SAW atas rahmat dan karunia-Nya hingga terselesaikan skripsi ini, kupersembahkan untuk :

- ❖ Allah SWT yang telah memberi anugerah dan karunia serta senantiasa mencurahkan nikmat serta hidayah-Nya.
- ❖ Rasulullah SAW semoga shalawat dan salam selalu tercurah kepada beliau Nabi Muhammad SAW, keluarga serta sahabat.
- ❖ Orang tua tercinta Bapak Badriana dan Ibu Amanatul Cholisoh, S.Pd, yang selalu mendukung baik secara spiritual dan material. Terima kasih atas segala doa, motivasi, nasehat, cinta dan kasih sayang yang tulus serta pengorbanan yang tiada henti selama ini.
- ❖ Adikku tersayang Alfa Azhari Malinda terima kasih atas segala dukungan yang diberikan, dan doamu selalu menyertai dalam setiap langkah hidupku.
- ❖ Kakek KH. Muchlas dan Nenek Alm. Ny.Hj Muslimah yang selalu memberikan semangat dan doa yang terbaik untukku.
- ❖ Keluarga besar tercinta yang senantiasa mendukung dan mendoakan.
- ❖ Dwi Rohmawati yang selalu memberikan semangat dan sebagai seorang wanita yang selalu aku kagumi hingga saat ini, semoga tuhan mempersatukan kita dalam ikatan suci Amiin.
- ❖ Keluarga besar Bapak Gini Sukarno dan Ibu Joko selaku Ibu kos tercinta yang selalu memberikan nasehat dan memperhatikan saya sangat baik serta sudah menganggap saya seperti keluarga sendiri.
- ❖ Segenap teman-temen kos Ibu Gini, Yusril, Bagus, Asep, Agnes, Mas Bowo, Mas Cuit, Mas Anda, Nopal, Danang, Khabib dan Zaky. Terima kasih atas segala kenangan yang sudah tercipta tanpa kalian mungkin pelangi takkan berwarna hehe yang jelas kalian sudah seperti keluraga ke dua setelah kampung halaman.
- ❖ Squad *E-Sport Mobile Legends* lokal Avryan, Alievian, Ardhi, Reza, Syahrul, Pandu, Syarif dan Yusril.

- ❖ Ibu Rini Kuswati, S.E, M.Si selaku dosen pembimbing, terima kasih atas ilmu, kesabaran, dan semangat dalam membimbing saya.
- ❖ Semua dosen-dosen yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam pembuatan skripsi.
- ❖ Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

## **ABSTRAKSI**

Proses adopsi konsumen (*consumer adaption process*) terhadap produk baru dimulai sejak selesainya proses inovasi produk dan mulai diperkenalkannya produk ke pasar. Pada saat produk baru diluncurkan, konsumen yang tertarik pada produk akan membeli, mencobanya, dan pada saat itu mereka masuk pada proses edukasi pasar. Pada saat itu konsumen berinovasi dan bersikap dalam menanggapi adanya produk baru yang muncul dipasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keinovatifan konsumen pada niat adopsi produk baru yang dimediasi oleh sikap adopsi produk baru. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yang telah disebarluaskan pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta sebanyak 150 responden yang ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan melakukan penarikan sampel yang didasarkan pada tujuan penelitian dan kriteria yang telah ditetapkan. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berjenjang, uji t, dan uji F. Hasil analisis menunjukkan bahwa keinovatifan konsumen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap sikap adopsi produk baru, keinovatifan konsumen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat adopsi produk baru, sikap adopsi produk baru berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat adopsi produk baru, dan sikap adopsi produk baru memediasi secara parsial antara keinovatifan konsumen terhadap niat adopsi produk baru.

Kata Kunci : *Keinovatifan Konsumen, Niat Adopsi Produk Baru, Sikap Adopsi Produk Baru*

## **ABSTRACTION**

*The process of consumer adoption (consumer adaptation process) for new products begins from the completion of the product innovation process and the introduction of products into the market. When a new product is launched, consumers who are interested in the product will buy, try it, and at that time they enter the market education process. At that time consumers innovate and act in response to new products that appear on the market. This study aims to analyze the effect of consumer innovation on the intention of adopting new products mediated by the attitude of adoption of new products. The type of data in this study is primary data that has been distributed to students of the University of Muhammadiyah Surakarta as many as 150 respondents who were determined using a purposive sampling method by sampling based on the research objectives and established criteria. The analytical tool used in this study is the validity test, reliability test, classic assumption test, tiered linear regression analysis, t test, and F test. The results of the analysis show that consumer innovation has no significant effect on the attitude of adoption of new products, consumer innovation has no effect significantly towards the adoption of new products, the attitude of adoption of new products has a positive and significant effect on intentions of adoption of new products, and the attitude of adoption of new products partially mediates between consumer innovativeness towards intentions of adoption of new products.*

*Keywords:* Consumer Innovation, New Product Adoption Intentions, New Product Adoption Attitudes

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrohmaanirrohiim*

*Assalamu’alakum Wr. Wb.*

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta memberikan kekuatan, ketabahan, kemudahan, dan kedamaian berfikir dalam menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KEINOVATIFAN KONSUMEN PADA NIAT ADOPSI PRODUK BARU YANG DIMEDIASI OLEH SIKAP ADOPSI PRODUK BARU PADA SMARTPHONE DENGAN JARINGAN 5G”** dengan lancar. Tidak lupa sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Rosulullah Muhammad SAW yang dengan perjuangannya telah mengantarkan kita menjadi umat pilihan, terlahir untuk seluruh manusia demi menuju Ridho-Nya.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penulis menyadari sepenuhnya tanpa adanya bimbingan, arahan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, penulis tidak akan mampu melaksanakan skripsi ini dengan baik. Maka dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. Ibu Rini Kuswati, S.E., M.Si. selaku Pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
5. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisns Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu dan bantuan kepada penulis.
6. Orang tua tercinta Bapak Badriana dan Ibu Amanatul Cholisoh, S.Pd, yang selalu mendukung baik secara spiritual dan material. Terima kasih atas segala doa, motivasi, nasehat, cinta dan kasih sayang yang tulus serta pengorbanan yang tiada henti untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan pendidikan dan skripsi ini.
7. Adik yang selalu memberikan dukungannya di manapun kalian berada, semoga kebaikan kalian dibalas oleh-Nya.
8. Keluarga besar KH. Muchlas yang selalu memberikan semangat dan doa.
9. Teman-teman Manajemen angkatan 2015 khususnya kelas H terimakasih untuk segala kebersamaan, kenangan dan ceritanya.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan serta bantuan selama penyeusunan tugas akhir skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu kritik dan saran pembaca yang bersifat membangun sangat kami apresiasi. Semoga skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan bagi penulis di masa depan. Aamiin.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta, 01 Januari 2020

Penulis

**EGA ADI PRATAMA**

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL.....                     | i    |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                | ii   |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....      | iii  |
| HALAMAN MOTTO .....                    | iv   |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....              | v    |
| ABSTRAKSI .....                        | vii  |
| ABSTRACTION.....                       | viii |
| KATA PENGANTAR .....                   | ix   |
| DAFTAR ISI.....                        | xi   |
| DAFTAR TABEL.....                      | xiii |
| DAFTAR GAMBAR .....                    | xiv  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                   | xv   |
| <br>                                   |      |
| BAB I PENDAHULUAN .....                | 1    |
| A. Latar Belakang Masalah .....        | 1    |
| B. Rumusan Masalah.....                | 5    |
| C. Tujuan Penelitian .....             | 5    |
| D. Manfaat Penelitian .....            | 6    |
| E. Sistematika Penulisan .....         | 7    |
| <br>                                   |      |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....           | 8    |
| A. Tinjauan Teori.....                 | 8    |
| B. Penelitian Terdahulu .....          | 23   |
| C. Kerangka Pemikiran .....            | 24   |
| D. Pengembangan Hipotesis .....        | 25   |
| <br>                                   |      |
| BAB III METODE PENELITIAN .....        | 29   |
| A. Jenis Penelitian .....              | 29   |
| B. Desain Pengambilan Sampel .....     | 29   |
| C. Data dan Sumber Data .....          | 31   |
| D. Metode Pengumpulan Data.....        | 31   |
| E. Definisi Operasional Variabel ..... | 32   |
| F. Metode Analisis Data.....           | 35   |
| <br>                                   |      |
| BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....    | 44   |
| A. Deskripsi Data.....                 | 44   |
| B. Analisis Data.....                  | 46   |
| C. Pembahasan .....                    | 58   |

|                      |    |
|----------------------|----|
| BAB V PENUTUP.....   | 63 |
| A. Kesimpulan .....  | 63 |
| B. Saran .....       | 64 |
| DAFTAR PUSTAKA ..... | 65 |
| LAMPIRAN .....       | 67 |

## **DAFTAR TABEL**

|            |   |    |
|------------|---|----|
| Tabel 2.1  | Penelitian terdahulu.....                               | 23 |
| Tabel 3.1  | Definisi Operasional Variabel.....                      | 34 |
| Tabel 4.1  | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... | 46 |
| Tabel 4.2  | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....           | 47 |
| Tabel 4.3  | Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....  | 48 |
| Tabel 4.4  | Karakteristik Responden Berdasarkan Semester .....      | 48 |
| Tabel 4.5  | Uji Validitas CFA Semua Variabel.....                   | 50 |
| Tabel 4.6  | Uji Realiabilitas.....                                  | 51 |
| Tabel 4.7  | Uji Multikolinearitas .....                             | 52 |
| Tabel 4.8  | Uji Heteroskedastisitas.....                            | 53 |
| Tabel 4.9  | Uji Normalitas.....                                     | 53 |
| Tabel 4.10 | Hasil Analisis Regresi Berjenjang .....                 | 58 |
| Tabel 4.11 | Uji Koefisien Determinasi .....                         | 61 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|  |    |
|--|----|
| Gambar 2.1 Tahap-tahap proses pembelian menurut Kotler ..... | 22 |
| Gambar 2.2 Model penelitian.....                             | 25 |
| Gambar 3.2 Model Uji Validitas Pengaruh (Uji t).....         | 44 |
| Gambar 4.1 Model I Dan II Regresi Berjenjang .....           | 62 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN 1 : Tabel r

LAMPIRAN 2 : Tabel F

LAMPIRAN 3 : T Tabel

LAMPIRAN 4 : Kuesioner Penelitian

LAMPIRAN 5 : Hasil Kuesioner Penelitian

LAMPIRAN 6 : Hasil Output SPSS