

**Determinan Pengaruh Individu Pada Generasi *Millenials* Mengadopsi Layanan *E-Payment* Dengan Kerangka *Innovation Diffusion Theory* di Kabupaten Gresik**

Nama Mahasiswa : Hans Febrianto Setyo  
NIM : 1011610038  
Pembimbing : Marisyah Mahdia Khoirina, S.M, M.M

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor mana yang mempengaruhi minat individu pada generasi *millenials* menggunakan layanan *e-payment* dengan kerangka *Innovation Diffusion Theory*. Sampel pada penelitian ini sebanyak 159 pengguna layanan *e-payment* di Kabupaten Gresik pada generasi *millenials* yang diperoleh dengan teknik *convenience sampling*. Penelitian ini termasuk *explanatory research*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor dan analisis regresi linier berganda menggunakan aplikasi IBM SPSS *statistic 22*. Hasil penelitian dan analisa yang sudah dilakukan secara keseluruhan pada variable *relative advantage, compatibility, complexity, trialability, observability* menyatakan: *relative advantage, compatibility, trialability, observability* memiliki pengaruh terhadap *Adoption E-payment* sedangkan *complexity* tidak berpengaruh terhadap *Adoption E-payment*. Lalu faktor-faktor yang paling dominan yang menimbulkan keputusan *E-Payment Adoption* secara berurutan adalah: faktor kemudahan yang merupakan faktor dominan dengan nilai varians sebesar 40.550%, faktor alat pembayaran dengan nilai varians sebesar 5.894%, faktor informasi dengan nilai varians sebesar 5.369%, faktor teknis, ekonomi dan social dengan nilai varians sebesar 4.942% dan faktor kegunaan yang merupakan faktor terakhir dengan nilai varians sebesar 4.676%. lalu

**Kata Kunci:** E-Paymnet, Analisis Faktor, IDT

## **Determinants of Individual Influence on Millennials Generation Adopting E-Payment Services with Innovation Diffusion Theory Framework in Gresik Regency**

Student name : Hans Febrianto Setyo  
NIM : 1011610038  
Supervisor : Marisya Mahdia Khoirina, S.M, M.M

### **ABSTRACT**

*This study was conducted to determine which factors influence individual interest in the millennial generation using e-payment services with the Innovation Diffusion Theory framework. The sample in this study were 159 users of e-payment services in Gresik Regency in the millennial generation who were treated by convenience sampling technique. This research is an explanatory research. The method used in this research is factor analysis and multiple linear regression analysis using the IBM SPSS statistic 22 application. The overall results of research and analysis that have been carried out on variable relative advantage, compatibility, complexity, trialability, observability state: relative advantage, compatibility, trialability, Observability has an effect on Adoption E-payment while complexity has no effect on Adoption E-payment. Then the most dominant factors that lead to E-Payment Adoption decisions are: convenience factor which is the dominant factor with a variance value of 40,550%, payment instrument factor with a variance value of 5,894%, information factor with a variance value of 5,369%, technical, economic and social factors with a variance value of 4,942% and the utility factor which is the last factor with a variance value of 4,676%*

**Keywords:** E-Payment, Factor Analysis, Innovation Diffusion Theory.