

**ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK INOVASI
TERHADAP ADOPSI PRODUK *IQOS* OLEH KONSUMEN
DEWASA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Syafa Fitria Andjani

00000055412

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

**ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK INOVASI
TERHADAP ADOPSI PRODUK *IQOS* OLEH KONSUMEN
DEWASA**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Syafa Fitria Andjani

00000055412

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Syafa Fitria Andjani

Nomor Induk Mahasiswa 00000055412

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK INOVASI TERHADAP ADOPSI PRODUK *IQOS* OLEH KONSUMEN DEWASA

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 20 Juni 2025



Syafa Fitria Andjani

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK INOVASI TERHADAP ADOPSI PRODUK *IQOS* OLEH KONSUMEN DEWASA

Oleh

Nama : Syafa Fitria Andjani
NIM : 00000055412
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 14 Juli 2025

Pukul 10.00 s.d 11.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Digitally signed
by Tangguh
Okta Wibowo
Date: 2025.07.28
22:15:41 +07'00'

Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum., M.A.
NIDN 0320109004

Penguji



Mujiono, S.Ikom., M.I.Kom.
NIDN 0315108802

Pembimbing



Agus Kustiwa, S.Sos., M.Si.
NIDN 0318118203

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by
Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2025.07.29
16:14:36 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN 034078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syafa Fitria Andjani

NIM 00000055412

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah :

**Analisis Pengaruh Karakteristik Inovasi terhadap Adopsi Produk
IQOS Oleh Konsumen Dewasa**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 20 Juni 2025



Syafa Fitria Andjani

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Karakteristik Inovasi terhadap Adopsi Produk *IQOS* Oleh Konsumen Dewasa” ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi dan Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara. Proses penyusunan skripsi ini tentu tidak terlepas dari dukungan, doa, serta bantuan berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Agus Kustiwa, S.Sos., M.Si., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Kedua orang tua tercinta, Sanni Susanti dan Gilang Airlangga, yang telah membesarkan, mendidik, dan selalu mendoakan penulis hingga berhasil meraih gelar sarjana. Terima kasih atas cinta, semangat, dan dukungan moral maupun material yang tak pernah putus selama masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini.
6. Saudara penulis, Ratu Ayu Aprilia Marutami, yang selalu menjadi tempat bertukar pikiran dan memberi solusi, serta menjadi penyemangat dalam menyelesaikan setiap tahap perkuliahan hingga tugas akhir ini.

7. Jason Budiman, yang pernah menjadi sosok penting bagi penulis, yang selalu menjadi tempat bertukar pikiran dan memberi solusi, serta menjadi penyemangat dalam menyelesaikan setiap tahap perkuliahan hingga tugas akhir ini.
8. Sahabat-sahabat tercinta: Gabriel Cesily Angelicania, Raynata Danielle Mulya, Hannah Paramita Freed, Dionisius Kevin Ardianto, Angela Vashti, Carla Monica, Pricilia Haneyta Arisandi, dan Sinta Makdalena, yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan penulis, memberikan dukungan, solusi, serta kasih sayang hingga akhir masa studi ini.
9. Kucing kesayangan, Cantik, yang selalu setia menemani penulis saat menyusun skripsi, menghadirkan ketenangan, dan menjadi teman di setiap lembur hingga larut malam.
10. Terakhir, kepada diri penulis sendiri, Syafa Fitria Andjani. Terima kasih telah bertahan sejauh ini, melalui segala proses yang penuh perjuangan, tawa, air mata, dan berbagai pengorbanan. Terima kasih karena tidak pernah menyerah saat keadaan terasa berat dan tetap melangkah meski dengan langkah yang tertatih. Semoga semua usaha ini menjadi titik awal dari perjalanan panjang berikutnya untuk meraih mimpi-mimpi yang lebih besar. Ingatlah bahwa semua lelah, rintangan, dan kesabaran yang telah ditanamkan hari ini akan berbuah manis di masa depan. Terima kasih telah menjadikan diri sendiri sebagai rumah untuk kembali dan sebagai pahlawan dalam cerita ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan dan terbuka terhadap kritik serta saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membaca, khususnya sebagai referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang produk tembakau alternatif, serta menjadi motivasi bagi penulis untuk terus belajar dan memberikan kontribusi yang lebih besar bagi masyarakat dan bangsa

Tangerang, 20 Juni 2025



Syafa Fitria Andjani



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK INOVASI TERHADAP ADOPSI PRODUK *IQOS* OLEH KONSUMEN DEWASA

Syafa Fitria Andjani

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi adopsi produk *IQOS* oleh konsumen dewasa dengan menggunakan kerangka teori Difusi Inovasi dari Everett M. Rogers. Lima karakteristik inovasi yang dianalisis meliputi: *relative advantage* (keunggulan relatif), *compatibility* (kesesuaian), *complexity* (tingkat kemudahan), *trialability* (kemudahan dicoba), dan *observability* (keterlihatan manfaat). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 responden pengguna *IQOS* di wilayah DKI Jakarta, Kota Bogor, dan Kota Tangerang. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *non-probability* sampling yang disesuaikan dengan kriteria inklusi responden. Data dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (SEM-PLS) dengan bantuan *software SmartPLS 4.1.1.4*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat variabel, yaitu *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, dan *trialability*, berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi produk *IQOS*. Sementara itu, variabel *observability* tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat, kesesuaian, kemudahan penggunaan, dan kemudahan mencoba menjadi pendorong utama dalam keputusan konsumen untuk mengadopsi *IQOS* sebagai alternatif produk tembakau.

Kata kunci: Adopsi, *IQOS*, SEM-PLS, Teori Difusi Inovasi

THE INFLUENCE OF INNOVATION CHARACTERISTICS ON THE ADOPTION OF IQOS PRODUCTS BY ADULT CONSUMERS

Syafa Fitria Andjani

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors influencing the adoption of IQOS products by adult consumers using the framework of Everett M. Rogers' Diffusion of Innovation Theory. The five innovation characteristics examined include: relative advantage, compatibility, complexity, trialability, and observability. This research employed a quantitative approach through a survey of 100 IQOS users in DKI Jakarta, Bogor City, and Tangerang City. Respondents were selected using non-probability sampling with a snowball technique. Data analysis was conducted using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with the assistance of SmartPLS version 4.1.1.4. The results indicate that four variables—relative advantage, compatibility, complexity, and trialability—have a positive and significant influence on IQOS product adoption. Meanwhile, the variable observability does not show a significant effect. These findings suggest that consumers' perceptions of benefits, compatibility, ease of use, and the ability to try the product play a critical role in driving the adoption of IQOS as an alternative tobacco product.

Keywords: Adoption, IQOS, PLS-SEM, Diffusion of Innovation

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Kegunaan Penelitian	6
1.5.1 Kegunaan Akademis	6
1.5.2 Kegunaan Praktis	6
1.5.3 Kegunaan Sosial	7
1.6 Keterbatasan Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS	8
2.1 Penelitian terdahulu	8
2.2 Landasan Teori dan Konsep	15
2.2.1 Landasan Teori	15
2.2.2 Landasan Konsep	17
2.3 Hipotesis Teoritis	19
2.4 Kerangka Pemikiran	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	22
3.2 Metode Penelitian	22

3.3	Populasi dan Sampel	23
3.3.1	Populasi	23
3.3.2	Sampel	24
3.4	Operasionalisasi Variabel	26
3.5	Teknik Pengumpulan Data	32
3.5.1	Data Primer	32
3.5.2	Data Sekunder	32
3.6	Teknik Pengukuran Data	33
3.7	Teknik Analisis Data	34
3.7.1	Evaluasi Outer Model	35
3.7.2	Evaluasi Inner Model (Model Struktural)	36
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1	Deskripsi Hasil Penelitian	39
4.2	Karakteristik Responden	40
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	42
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	43
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pemakaian Produk IQOS Minimal 3 Bulan	44
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran dalam Sebulan	44
4.2.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi Mengetahui Produk IQOS	46
4.3	Analisis Deskriptif	46
4.3.1	Relative Advantage	48
4.3.2	Compatibility	50
4.3.3	Complexity	52
4.3.4	Trialability	54
4.3.5	Observability	56
4.3.6	Adopsi Produk	58
4.4	Uji Instrumen <i>Pre-Test</i>	61
4.4.1	Uji Validitas <i>Pre-Test</i>	61

4.4.2	Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i>	62
4.5	Uji Instrumen <i>Main-Test</i>	64
4.5.1	Hasil Uji <i>Outer Model (Measurement Model)</i>	64
4.5.2	Hasil Uji <i>Inner Model (Structural Model)</i>	70
4.6	Uji Hipotesis	74
4.7	Interpretasi Model	77
4.7.1	Pengaruh Variabel <i>Relative Advantage</i> terhadap Variabel Adopsi Produk	77
4.7.2	Pengaruh Variabel <i>Compatibility</i> terhadap Variabel Adopsi	78
4.7.3	Pengaruh Variabel <i>Complexity</i> terhadap Variabel Adopsi.....	79
4.7.4	Pengaruh Variabel <i>Trialability</i> terhadap Variabel Adopsi.....	81
4.7.5	Pengaruh Variabel <i>Observability</i> terhadap Variabel Adopsi	82
4.8	Implikasi Manajerial.....	83
4.8.1	Upaya dalam Memperkuat Efek <i>Relative Advantage</i> terhadap Adopsi Produk	83
4.8.2	Upaya dalam Memperkuat Efek <i>Compatibility</i> terhadap Adopsi Produk	86
4.8.3	Upaya dalam Memperkuat Efek <i>Complexity</i> terhadap Adopsi Produk	88
4.8.4	Upaya dalam Memperkuat Efek <i>Trialability</i> terhadap Adopsi Produk	89
4.8.5	Upaya dalam Memperkuat Efek <i>Observability</i> terhadap Adopsi Produk	91
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1	Kesimpulan.....	95
5.2	Saran.....	96
5.2.1	Saran Akademis.....	96
5.2.2	Saran Praktis	96
5.2.3	Saran Sosial.....	96
DAFTAR PUSTAKA		97
LAMPIRAN		100

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 3. 1 Jumlah Sampel per Wilayah.....	25
Tabel 3. 2 Ukuran Sampel Malhotra	25
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Karakteristik Inovasi (X).....	27
Tabel 3. 4 Operasional Variabel Adopsi Produk IQOS (Y).....	31
Tabel 3. 5 Skor Skala Likert.....	34
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	42
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	43
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pemakaian Produk IQOS Minimal 3 Bulan	44
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	44
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi Mengetahui Produk IQOS	46
Tabel 4. 8 Kategori Kelompok Interval Mean.....	47
Tabel 4. 9 Penilaian Variabel Relative Advantage.....	48
Tabel 4. 10 Penilaian Variabel Compatibility	50
Tabel 4. 11 Penilaian Variabel Complexity.....	52
Tabel 4. 12 Penilaian Variabel Trialability.....	54
Tabel 4. 13 Penilaian Variabel Observability.....	56
Tabel 4. 14 Penilaian Variabel Adopsi Produk	58
Tabel 4. 15 Tabel Uji Validitas Pre-test	61
Tabel 4. 16 Tabel Uji Reliabilitas Pre-test	63
Tabel 4. 17 Hasil Uji Convergent Validity dan Reliability Main-test.....	66
Tabel 4. 18 Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loadings).....	68
Tabel 4. 19 Hasil Uji Discriminant Validity HTMT (Heterotrait-Monotrait Ratio)	69
Tabel 4. 20 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell-Larcker).....	70

Tabel 4. 21 Hasil Uji Inner Model (Structural Model).....	72
---	----



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Perkiraan Pangsa Pasar HTP Global	2
Gambar 4. 1 Hasil Uji Outer Model	65
Gambar 4. 2 Hasil Uji Inner Model (Structural Model)	71
Gambar 4. 3 Ilustrasi Konten Edukatif di Media Sosial	85
Gambar 4. 4 Ilustrasi Konten Edukatif di Media Sosial	87
Gambar 4. 5 Data Negara dengan Pendengar Podcast Tertinggi	92
Gambar 4. 6 Ilustrasi Tap-in YouTube Podcast	93
Gambar 4. 7 Ilustrasi Konten Edukatif di Media Sosial	94



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Data Hasil Kuesioner Responden.....	100
Lampiran B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pre-Test	110
Lampiran C. Hasil Uji Outer Model Main-Test (Validitas Konvergen, Reliabilitas, dan Validitas Diskriminan).....	111
Lampiran D. Hasil Uji Inner Model Main-Test.....	113
Lampiran E. Profil Responden	114
Lampiran F. Kuesioner Penelitian.....	115
Lampiran G. Bukti Chat Responden	118
Lampiran H. Hasil Pengecekan Turnitin	120
Lampiran I. Form Konsultasi Bimbingan.....	121

