

Analysis on willingness to adopt innovation: the relationship to openness to experience moderated by emotion of awe = Analisa kesediaan untuk mengadopsi inovasi: korelasi keterbukaan yang dimoderasikan oleh perasaan takjub

Dezaldy Irfianza Irfan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20475115&lokasi=lokal>

Abstrak

Faktor penyebab berbedanya keinginan untuk mengadopsi inovasi pada konsumen dapat ditemukan pada perbedaan antara grup dan individual. Faktor yang membedakan tingkat adopsi pada suatu produk, layanan, atau proses bergantung pada tingkat keterbukaan yang dimiliki oleh masing-masing individu. Karya ini berasumsi bahwa memanipulasikan emosi dan mendeteksi perasaan takjub dapat meningkatkan keinginan untuk mengadopsi suatu inovasi. Studi dengan 329 subyek dari berbagai latar belakang berpartisipasi dalam studi untuk mengevaluasi tingkat keterbukaan dan korelasinya dengan keinginan untuk mengadopsi inovasi. Studi dibagi menjadi dua kelompok: dengan manipulasi $n = 171$ dan tanpa manipulasi $n = 158$. Hasil studi membuktikan bahwa ada korelasi yang signifikan antara keterbukaan dengan keinginan mengadopsi inovasi $r = .27$ dan hubungan signifikan antara kelompok dengan manipulasi dengan adopsi inovasi. Tidak ada hubungan signifikan antara keterbukaan dengan berubahnya tingkat emosi takjub. Secara keseluruhan, karya ini berbanding lurus dengan asumsi bahwa saat keterbukaan seseorang lebih tinggi, maka keinginan untuk mengadopsi inovasi akan meningkat.

.....Innovation adoption in the market largely depends on different factors found in groups and individuals. Whether or not the market adopts a certain innovation in products, services, and process further varies depending on the level of openness to experience in an individual level. This study suggests that by manipulating emotions and probing for awe, the level of openness to experience would increase and thereby increasing the willingness to adopt innovation. A sample of 329 participants of various backgrounds took part in the study to evaluate their level of openness to experience with their willingness to adopt an innovation. The study were divided into two groups one induced by an awe inducing stimuli $n 171$ and one which did not $n 158$.

The results proved that there is a significant correlation between openness to experience and innovation adoption $r .27$ and a significant relationship between the group exposed with awe inducing stimuli and innovation adoption $t 2.318$. However, there were no significant interaction between emotion of awe and openness to experience. Overall, the study supports the view that higher level of openness to experience constitutes higher willingness to adopt innovation.