

## PERAN PENGARUH INFORMASI DALAM MEMEDIASI HUBUNGAN ANTARA KEGUNAAN YANG DIRASAKAN DAN INOVASI PRIBADI TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU

Afifah Nuraini, Widarto Rachbini  
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Email : [2310116033@mahasiswa.upnvj.ac.id](mailto:2310116033@mahasiswa.upnvj.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Pengaruh Informasi dalam memediasi hubungan antara Kegunaan yang Dirasakan dan Inovasi Pribadi terhadap Perubahan Perilaku. Menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS)*, hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar indikator dalam model memenuhi kriteria validitas konvergen, meskipun terdapat dua indikator (UT1 dan I13) yang perlu dievaluasi karena nilai outer loading-nya berada di bawah 0,7. Konstruk *Inovasi Pribadi* terbukti paling kuat dan reliabel, dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,917 dan *Composite Reliability* sebesar 0,948. Sebaliknya, konstruk Pengaruh Informasi menunjukkan kelemahan reliabilitas dengan nilai *Composite Reliability* sebesar 0,637 dan *AVE* di bawah standar (0,387). Analisis *R-Square* menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan 20,7% variabilitas Pengaruh Informasi dan 38% Perubahan Perilaku. Hasil koefisien jalur memperlihatkan bahwa *Inovasi Pribadi* memberikan pengaruh langsung dan signifikan terhadap Kegunaan yang Dirasakan (0,431) dan Perubahan Perilaku (0,389). Pengaruh total tertinggi terhadap Perubahan Perilaku juga berasal dari *Inovasi Pribadi* (0,512), diikuti oleh Pengaruh Informasi (0,283) dan Kegunaan yang Dirasakan (0,163). Temuan ini menunjukkan bahwa *Inovasi Pribadi* merupakan faktor utama yang mendorong perubahan perilaku, sedangkan Pengaruh Informasi berperan sebagai mediator yang memperkuat hubungan antar variabel lain dalam model.

**Kata Kunci:** Inovasi Pribadi, Kegunaan yang Dirasakan, Pengaruh Informasi, Perubahan Perilaku, SEM-PLS.

### Abstract

*This study aims to analyze the role of Information Influence in mediating the relationship between Perceived Usefulness and Personal Innovation to Behavior Change. Using the Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) approach, the analysis results show that most indicators in the model meet the convergent validity criteria, although there are two indicators (UT1 and I13) that need to be evaluated because their outer loading values are below 0.7. The Personal Innovation construct proved to be the most robust and reliable, with a Cronbach's Alpha value of 0.917 and Composite Reliability of 0.948. In contrast, the Information Influence construct showed reliability weakness with a Composite Reliability value of 0.637 and a substandard AVE (0.387). R-Square*

### Article history

Received: Juni 2025  
Reviewed: Juni 2025  
Published: Juni 2025

Plagiarism checker no 758  
Doi : prefix doi :  
10.8734/musytari.v1i2.359  
Copyright : author  
Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

*analysis shows that the model is able to explain 20.7% of the variability of Information Influence and 38% of Behavior Change. The path coefficient results show that Personal Innovation has a direct and significant influence on Perceived Usefulness (0.431) and Behavior Change (0.389). The highest total influence on Behavior Change also comes from Personal Innovation (0.512), followed by Information Influence (0.283) and Perceived Usefulness (0.163). This finding suggests that Personal Innovation is the main factor driving behavior change, while Information Influence acts as a mediator that strengthens the relationship between other variables in the model.*

**Keywords:** *Personal Innovation, Perceived Usefulness, Information Influence, Behavior Change, SEM-PLS.*

## PENDAHULUAN

Perubahan perilaku individu dalam merespons perkembangan teknologi, informasi, dan inovasi menjadi salah satu fokus penting dalam berbagai bidang, terutama dalam konteks pemasaran, pendidikan, dan pengembangan teknologi digital. Di era digital saat ini, arus informasi yang begitu cepat dan mudah diakses telah memengaruhi cara individu mengambil keputusan, membentuk persepsi, serta mengubah kebiasaan dan perilaku sehari-hari. Salah satu faktor yang memengaruhi perubahan tersebut adalah inovasi pribadi, yakni kecenderungan seseorang untuk terbuka terhadap hal-hal baru dan mencoba inovasi yang belum dikenal luas. Individu dengan tingkat inovasi pribadi yang tinggi cenderung lebih adaptif terhadap teknologi dan lebih mudah mengalami perubahan perilaku.

Selain itu, kegunaan yang dirasakan juga memainkan peran penting dalam membentuk sikap dan keputusan seseorang. Ketika seseorang merasa bahwa suatu inovasi atau informasi memberikan manfaat nyata dalam kehidupannya, maka ia cenderung lebih mudah menerima dan menerapkannya dalam tindakan nyata. Dalam proses ini, pengaruh informasi menjadi elemen penting yang dapat memperkuat hubungan antara persepsi manfaat dan kecenderungan untuk berubah. Informasi yang disampaikan melalui berbagai media dapat memediasi atau memperkuat efek dari inovasi pribadi dan persepsi kegunaan terhadap perubahan perilaku individu.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh informasi berperan sebagai mediator dalam hubungan antara inovasi pribadi dan kegunaan yang dirasakan terhadap perubahan perilaku. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis maupun praktis dalam memahami faktor-faktor yang mendorong perubahan perilaku di tengah masyarakat yang semakin terdigitalisasi.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Inovasi Pribadi (*Personal Innovation*)

Inovasi sebagai suatu ide, metode, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau kelompok memiliki keterkaitan yang erat dengan konsep *inovasi pribadi*. (Rogers 2003) dan (Rusdiana 2014) menekankan bahwa persepsi terhadap kebaruan bersifat relatif, tergantung pada individu yang mengadopsinya. Hal ini menjadi dasar dari inovasi pribadi, yaitu kecenderungan seseorang untuk secara aktif menerima, mencoba, dan mengadopsi hal-hal baru lebih awal dibandingkan

orang lain. (Sa'ud 2015) juga menyatakan bahwa inovasi muncul untuk mencapai tujuan tertentu atau menyelesaikan masalah, dan dalam konteks pribadi, hal ini mencerminkan motivasi internal individu untuk mencari solusi dan peningkatan diri melalui penerapan ide-ide baru. Dengan demikian, inovasi pribadi dapat dipahami sebagai bentuk manifestasi dari sikap terbuka terhadap perubahan dan kebaruan, yang didorong oleh persepsi individu bahwa suatu gagasan atau teknologi membawa manfaat atau nilai tambah. Individu dengan tingkat inovasi pribadi yang tinggi biasanya lebih proaktif dalam mengeksplorasi dan mengimplementasikan sesuatu yang baru, sehingga menjadi aktor kunci dalam proses perubahan, baik dalam konteks sosial, teknologi, maupun perilaku. Inovasi pribadi memainkan peran penting dalam menjembatani antara pengetahuan atau informasi baru dengan penerapannya dalam tindakan nyata.

## 2. Kegunaan yang dirasakan (*Perceived Usefulness*)

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merujuk pada sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan suatu sistem tertentu dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan kinerja dan pencapaian kerjanya. Hal ini sejalan dengan pendapat (Venkatesh dkk, 2016) yang mendefinisikan *perceived usefulness* sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem akan meningkatkan performa kerjanya. Oleh karena itu, dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dianggap mampu menunjang peningkatan efektivitas dan hasil kerja bagi individu yang menggunakannya (Tyas dkk, 2017).

## 3. Pengaruh Informasi (*Information Influence*)

Pengaruh informasi mencerminkan bagaimana seseorang menggunakan informasi yang diperoleh dari orang lain atau media sebagai referensi dalam menentukan sikap atau perilaku, terutama dalam proses pengambilan keputusan (Loudon dkk, 1993). Hal ini sejalan dengan pendapat (Bearden, dkk 1989) yang menyatakan bahwa pengaruh informasi merupakan bentuk pengaruh sosial, di mana individu menjadikan informasi dari pihak lain sebagai acuan dalam membentuk persepsi maupun tindakan. Dengan kata lain, informasi yang relevan, dipercaya, dan bersumber dari lingkungan sosial maupun pengalaman pribadi memiliki kekuatan besar dalam membentuk opini, memperkuat keyakinan, dan mendorong individu dalam pengambilan keputusan yang sesuai dengan konteks atau kebutuhan mereka.

## 4. Perubahan Perilaku (*Behavior Change*)

Perubahan perilaku didefinisikan sebagai usaha sadar untuk mengubah kebiasaan atau tindakan, biasanya untuk meningkatkan kualitas hidup atau kesehatan, yang dipengaruhi oleh faktor individu maupun lingkungan (Glanz dkk, 2008). Sejalan dengan definisi tersebut, (WHO 2003) menjelaskan bahwa perubahan perilaku merupakan pendekatan yang dirancang secara terencana untuk membimbing individu maupun kelompok dalam mengubah sikap dan kebiasaan mereka, dengan tujuan utama meningkatkan kondisi hidup. Dengan demikian, kedua definisi ini menekankan bahwa perubahan perilaku tidak terjadi secara spontan, melainkan merupakan hasil dari proses yang sadar, terstruktur, dan dipengaruhi oleh berbagai faktor baik internal maupun eksternal.

## 5. SEM-PLS

Menurut (Hair dkk, 2017), *SEM-PLS* merupakan pendekatan berbasis varian yang cocok digunakan dalam penelitian eksploratif, dengan ukuran sampel yang relatif kecil, distribusi data non-normal, serta model yang kompleks. Metode ini banyak diterapkan dalam bidang ilmu sosial, manajemen, pemasaran, dan sistem informasi karena fleksibilitasnya dalam menangani

model dengan banyak indikator dan konstruk laten. Sejalan dengan itu, (Ghozali dkk, 2015) menegaskan bahwa *SEM-PLS* digunakan untuk membangun dan menguji model yang melibatkan hubungan kompleks antara konstruk laten dan variabel pengukurannya, serta antar konstruk itu sendiri, dengan tetap mengandalkan pendekatan berbasis varian. Dengan demikian, *SEM-PLS* menjadi alat analisis yang unggul dalam penelitian yang bertujuan mengembangkan teori sekaligus memprediksi hubungan antar variabel laten secara komprehensif.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS)* untuk menguji hubungan antar variabel laten serta menganalisis peran mediasi Pengaruh Informasi. Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup dengan skala Likert 5 poin, yang disebarakan kepada 280 responden menggunakan teknik *purposive sampling*. Instrumen pengukuran mencakup empat konstruk utama, yaitu Inovasi Pribadi, Kegunaan yang Dirasakan, Pengaruh Informasi, dan Perubahan Perilaku. Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS, yang mencakup pengujian validitas indikator (*outer loading, AVE*), reliabilitas konstruk (*Cronbach's Alpha, Composite Reliability*), serta uji model struktural melalui koefisien jalur (*path coefficients*), nilai *R-Square*, dan *total effects* untuk mengidentifikasi pengaruh langsung maupun tidak langsung antar variabel.

## PEMBAHASAN

Penghasilan Per Bulan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<= 5 Juta	54	19.3	19.3	19.3
	> 15 - 25 Juta	21	7.5	7.5	26.8
	> 25 juta	10	3.6	3.6	30.4
	> 5 - 15 Juta	35	12.5	12.5	42.9
	Belum Punya Penghasilan sendiri	160	57.1	57.1	100.0
	Total	280	100.0	100.0	

Berdasarkan data distribusi penghasilan per bulan, diketahui bahwa dari total 280 responden, mayoritas atau sebanyak 160 orang (57,1%) belum memiliki penghasilan sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden kemungkinan masih berstatus sebagai pelajar, mahasiswa, atau belum bekerja. Sementara itu, sebanyak 54 responden (19,3%) memiliki penghasilan sebesar Rp5 juta atau kurang per bulan, menjadikannya kelompok penghasilan

terbanyak di antara responden yang sudah berpenghasilan. Sebanyak 35 responden (12,5%) memiliki penghasilan antara lebih dari Rp5 juta hingga Rp 15 juta per bulan, diikuti oleh 21 responden (7,5%) yang berpenghasilan lebih dari Rp15 juta hingga Rp 25 juta. Responden dengan penghasilan lebih dari Rp25 juta per bulan tercatat sebanyak 10 orang atau 3,6% dari total keseluruhan. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yang sudah memiliki penghasilan berada pada kategori penghasilan menengah ke bawah, sedangkan hanya sebagian kecil yang berada pada kategori penghasilan tinggi.

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 tahun	156	55.7	55.7	55.7
	> 54 tahun	6	2.1	2.1	57.9
	20 - 39 tahun	92	32.9	32.9	90.7
	40 - 54 tahun	26	9.3	9.3	100.0
	Total	280	100.0	100.0	

Berdasarkan data distribusi usia responden, dari total 280 orang, mayoritas responden berada pada kelompok usia di bawah 20 tahun, yaitu sebanyak 156 orang atau 55,7% dari total responden. Kelompok usia ini merupakan proporsi terbesar dalam data, yang mengindikasikan bahwa sebagian besar responden masih tergolong remaja atau berada dalam jenjang pendidikan awal. Selanjutnya, terdapat 92 responden atau 32,9% yang berusia antara 20 hingga 39 tahun, menunjukkan kelompok usia produktif awal. Kelompok usia 40 hingga 54 tahun berjumlah 26 orang atau 9,3%, sedangkan kelompok usia di atas 54 tahun hanya terdiri dari 6 orang atau 2,1% dari total responden. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa lebih dari separuh responden berasal dari kalangan muda, sementara proporsi responden usia tua sangat kecil, yang dapat memengaruhi kecenderungan persepsi, preferensi, dan pengalaman mereka terhadap suatu topik yang diteliti.

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ibu Rumah Tangga	3	1.1	1.1	1.1
	Karyawan Swasta	33	11.8	11.8	12.9
	Lainnya	5	1.8	1.8	14.6

	PNS/ TNI/ Polri	20	7.1	7.1	21.8
	Profesional (contoh: dokter, arsitek, chef, programmer, dll)	5	1.8	1.8	23.6
	Siswa/ Mahasiswa	204	72.9	72.9	96.4
	Wirausaha	10	3.6	3.6	100.0
	Total	280	100.0	100.0	

Berdasarkan data distribusi pekerjaan responden, diketahui bahwa dari total 280 orang, mayoritas merupakan siswa atau mahasiswa, yaitu sebanyak 204 orang atau 72,9% dari keseluruhan responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih berada dalam tahap pendidikan dan belum sepenuhnya memasuki dunia kerja. Selanjutnya, sebanyak 33 responden atau 11,8% bekerja sebagai karyawan swasta, sementara PNS/TNI/Polri berjumlah 20 orang atau 7,1%. Profesi lain seperti wirausaha tercatat sebanyak 10 orang (3,6%), profesional (seperti dokter, arsitek, chef, atau programmer) dan kategori lainnya masing-masing berjumlah 5 orang (1,8%), serta ibu rumah tangga sebanyak 3 orang (1,1%). Dari data ini, terlihat bahwa kelompok yang paling dominan berasal dari kalangan pelajar atau mahasiswa, sedangkan proporsi dari kelompok profesional dan pekerja mandiri relatif kecil. Komposisi ini menggambarkan bahwa data kemungkinan besar dikumpulkan dalam lingkungan pendidikan atau komunitas yang didominasi oleh generasi muda yang belum sepenuhnya aktif di dunia kerja.

## Outer Loadings

	Inovasi Pribadi	Kegunaan yang dirasakan	Pengaruh Informasi	Perubahan Perilaku
BC1				<b>0.838</b>
BC2				<b>0.873</b>
BC3				<b>0.800</b>
II 1			<b>0.817</b>	
II 2			<b>0.823</b>	
II 3			<b>0.644</b>	
IN 1	<b>0.923</b>			
IN 2	<b>0.933</b>			

IN 3	0.922			
UT1		0.579		
UT2		0.845		
UT3		0.903		

Data pada tabel *Outer Loadings* menunjukkan nilai loading setiap indikator terhadap konstruk dalam model pengukuran (*measurement model*) pada analisis *SEM-PLS (Structural Equation Modeling - Partial Least Squares)*, yang bertujuan untuk menilai validitas indikator terhadap konstruk yang diwakilinya. Nilai *outer loading* yang ideal adalah di atas 0.7, karena menunjukkan bahwa indikator tersebut secara signifikan merefleksikan konstruksinya. Konstruk Inovasi Pribadi terdiri dari tiga indikator, yaitu IN1, IN2, dan IN3, dengan nilai *outer loading* yang sangat tinggi (masing-masing 0.923, 0.933, dan 0.922), sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga indikator ini valid dan kuat dalam merepresentasikan konstruk tersebut. Konstruk Kegunaan yang Dirasakan diukur melalui tiga indikator, yaitu UT1, UT2, dan UT3. UT2 dan UT3 memiliki nilai *outer loading* sebesar 0.845 dan 0.903 yang menunjukkan validitas yang baik, namun indikator UT1 hanya bernilai 0.579, yang berada di bawah ambang batas minimum, sehingga perlu dievaluasi atau dipertimbangkan untuk dihilangkan. Selanjutnya, konstruk Pengaruh Informasi terdiri dari indikator I11, I12, dan I13, di mana I11 dan I12 memiliki nilai valid (0.817 dan 0.823), sedangkan I13 memiliki nilai 0.644 yang masih di bawah batas ideal, sehingga juga perlu ditinjau kembali. Sementara itu, konstruk Perubahan Perilaku yang diukur melalui indikator BC1, BC2, dan BC3 menunjukkan hasil yang baik dengan nilai *outer loading* antara 0.800 hingga 0.873, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator tersebut merepresentasikan konstruk dengan baik. Secara keseluruhan, sebagian besar indikator dalam model ini telah memenuhi kriteria validitas konvergen, meskipun terdapat dua indikator, yaitu UT1 dan I13, yang nilainya di bawah 0.7 dan perlu diperhatikan lebih lanjut dalam pemodelan lanjutan.

### Construct Reliability and Validity

Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
0.917	0.923	0.948	0.857
0.686	0.778	0.827	0.622
0.638	0.637	0.808	0.587
0.787	0.792	0.876	0.701

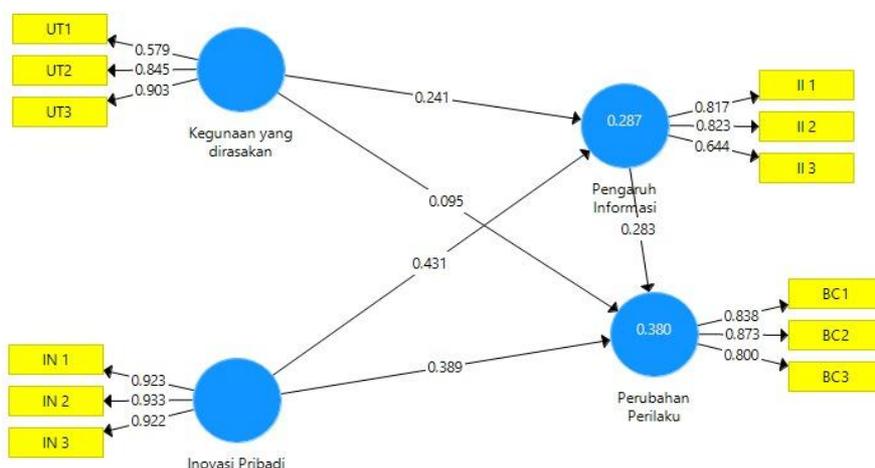
Tabel *Construct Reliability and Validity* di atas menunjukkan bahwa sebagian besar konstruk dalam model memiliki reliabilitas dan validitas yang baik. Konstruk Inovasi Pribadi memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.917, *Composite Reliability* sebesar 0.948, dan AVE sebesar 0.867, yang menandakan bahwa konstruk ini sangat reliabel dan valid secara konvergen. Konstruk Kegunaan yang Dirasakan juga menunjukkan hasil yang memadai dengan *Cronbach's*

*Alpha* sebesar 0.686, Composite Reliability 0.822, dan AVE 0.627. Meskipun nilai *alpha* sedikit di bawah ambang batas ideal 0.7, namun reliabilitas dan validitasnya masih dapat diterima. Sementara itu, konstruk Perubahan Perilaku menunjukkan konsistensi internal yang baik dengan *Cronbach's Alpha* sebesar 0.787, *Composite Reliability* 0.792, dan AVE 0.701, sehingga dapat disimpulkan sebagai konstruk yang valid dan reliabel. Namun, konstruk Pengaruh Informasi menunjukkan hasil yang kurang memadai, dengan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* masing-masing sebesar 0.638 dan 0.637 yang berada di bawah batas minimum 0.7, serta AVE sebesar 0.387 yang tidak memenuhi kriteria minimal 0.5. Hal ini menunjukkan bahwa konstruk ini perlu dievaluasi ulang, kemungkinan disebabkan oleh indikator yang memiliki loading rendah. Dengan demikian, dari keempat konstruk yang dianalisis, tiga diantaranya telah memenuhi standar reliabilitas dan validitas, sedangkan satu konstruk memerlukan perbaikan.

## R Square

	R Square	R Square Adjusted
Pengaruh Informasi	0.287	0.282
Perubahan Perilaku	0.380	0.373

Tabel *R Square* di atas menunjukkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan *R Square Adjusted* untuk dua variabel dependen, yaitu Pengaruh Informasi dan Perubahan Perilaku. Nilai *R Square* menggambarkan seberapa besar proporsi varians dari suatu variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya dalam model. Pada konstruk Pengaruh Informasi, nilai *R Square* sebesar 0.207 menunjukkan bahwa 20,7% variabilitas dalam Pengaruh Informasi dapat dijelaskan oleh konstruk yang menjadi prediktornya dalam model, sedangkan sisanya (79,3%) dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Nilai *R Square Adjusted* untuk konstruk ini adalah 0.202, yang menunjukkan adanya sedikit penyesuaian karena jumlah prediktor atau sampel. Sementara itu, konstruk Perubahan Perilaku memiliki nilai *R Square* sebesar 0.380, yang berarti 38% variabilitas dalam Perubahan Perilaku dijelaskan oleh variabel-variabel dalam model. Nilai ini menunjukkan kontribusi yang sedang (*moderate*) dalam menjelaskan perilaku responden. Secara keseluruhan, nilai *R Square* pada kedua konstruk ini menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan yang cukup dalam menjelaskan variabel-variabel dependen, meskipun masih terdapat ruang untuk peningkatan dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain.



## Path Coefficients

	Inovasi Pribadi	Kegunaan yang dirasakan	Pengaruh Informasi	Perubahan Perilaku
Inovasi Pribadi			0.431	0.389
Kegunaan yang dirasakan			0.241	0.095
Pengaruh Informasi				0.283
Perubahan Perilaku				

Tabel *Path Coefficients* di atas menunjukkan nilai koefisien jalur antar konstruk dalam model struktural (*structural model*) pada analisis *SEM-PLS*. Koefisien ini mencerminkan kekuatan dan arah hubungan antar variabel laten. Nilai yang lebih tinggi menunjukkan pengaruh yang lebih kuat, sedangkan nilai positif menunjukkan hubungan searah dan nilai negatif menunjukkan hubungan berlawanan. Dalam tabel ini, Inovasi Pribadi memiliki pengaruh langsung terhadap Kegunaan yang Dirasakan sebesar 0.431, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat inovasi pribadi seseorang, maka semakin tinggi pula persepsinya terhadap kegunaan. Selain itu, Inovasi Pribadi juga memberikan pengaruh yang cukup kuat terhadap Perubahan Perilaku dengan koefisien sebesar 0.389, yang berarti inovasi pribadi berperan penting dalam mendorong perubahan perilaku.

Kegunaan yang Dirasakan sendiri memiliki pengaruh terhadap Pengaruh Informasi sebesar 0.241, dan pengaruh yang lebih kecil terhadap Perubahan Perilaku sebesar 0.095, yang menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berkontribusi namun tidak dominan dalam menjelaskan perubahan perilaku. Terakhir, Pengaruh Informasi memberikan kontribusi terhadap Perubahan Perilaku sebesar 0.283, yang menandakan bahwa semakin kuat pengaruh informasi yang diterima individu, maka semakin besar kemungkinan terjadinya perubahan perilaku. Secara keseluruhan, jalur hubungan yang paling kuat dalam model ini adalah antara Inovasi Pribadi terhadap Kegunaan yang Dirasakan, dan juga Inovasi Pribadi terhadap Perubahan Perilaku, yang menunjukkan pentingnya peran inovasi pribadi dalam membentuk persepsi dan perilaku individu.

## Total Effects

	Inovasi Pribadi	Kegunaan yang dirasa	Pengaruh Informasi	Perubahan Perilaku
Inovasi Pribadi			0.431	0.512
Kegunaan yang dirasakan			0.241	0.163
Pengaruh Informasi				0.283
Perubahan Perilaku				

Tabel *Total Effects* di atas menunjukkan pengaruh total masing-masing konstruk terhadap konstruk lainnya dalam model struktural, yang mencakup baik pengaruh langsung maupun tidak langsung. Nilai *total effects* menggambarkan seberapa besar kontribusi keseluruhan satu konstruk terhadap konstruk lain. Dari tabel tersebut, terlihat bahwa Inovasi Pribadi memiliki pengaruh total yang cukup kuat terhadap Perubahan Perilaku sebesar 0.512, yang berasal dari pengaruh langsung (0.389) dan pengaruh tidak langsung melalui Kegunaan yang Dirasakan dan Pengaruh Informasi. Selain itu, Inovasi Pribadi juga memberikan pengaruh total sebesar 0.431 terhadap Kegunaan yang Dirasakan, dan sebesar 0.241 terhadap Pengaruh Informasi, menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat inovasi pribadi seseorang, maka semakin besar pula persepsinya terhadap kegunaan dan pengaruh informasi yang diterima.

Selanjutnya, Kegunaan yang Dirasakan berpengaruh total sebesar 0.163 terhadap Perubahan Perilaku, yang menunjukkan adanya kontribusi meskipun tidak terlalu besar. Sedangkan

Pengaruh Informasi memiliki pengaruh total sebesar 0.283 terhadap Perubahan Perilaku, menandakan bahwa semakin besar pengaruh informasi yang diterima, maka semakin besar pula kemungkinan terjadinya perubahan perilaku. Secara keseluruhan, konstruk yang memberikan kontribusi paling besar terhadap Perubahan Perilaku adalah Inovasi Pribadi, diikuti oleh Pengaruh Informasi, kemudian Kegunaan yang Dirasakan. Ini mengindikasikan bahwa dalam mendorong perubahan perilaku, inovasi pribadi menjadi faktor utama yang perlu diperhatikan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dengan pendekatan SEM-PLS, penelitian ini menyimpulkan bahwa Inovasi Pribadi memiliki pengaruh paling dominan terhadap Perubahan Perilaku, baik secara langsung maupun melalui variabel mediasi. Hal ini ditunjukkan oleh nilai pengaruh total Inovasi Pribadi terhadap Perubahan Perilaku sebesar 0,512, yang menunjukkan bahwa individu dengan tingkat inovasi pribadi yang tinggi cenderung lebih mudah mengalami perubahan perilaku. Selain itu, Pengaruh Informasi terbukti berperan sebagai mediator yang memperkuat hubungan antara Inovasi Pribadi dan Kegunaan yang Dirasakan terhadap Perubahan Perilaku, meskipun konstruk ini masih memiliki kelemahan dalam aspek reliabilitas dan validitas. Sementara itu, Kegunaan yang Dirasakan juga memberikan kontribusi terhadap Perubahan Perilaku, namun pengaruhnya lebih kecil dibandingkan dua konstruk lainnya.

Secara keseluruhan, model penelitian ini menunjukkan hubungan yang signifikan antar variabel, dengan kontribusi terbesar datang dari inovasi pribadi. Hasil ini menegaskan pentingnya mendorong sikap terbuka terhadap inovasi dan memperkuat arus informasi yang kredibel dalam upaya membentuk atau mengubah perilaku individu, khususnya dalam konteks masyarakat digital yang dinamis. Penelitian ini juga memberikan implikasi praktis bagi perancang kebijakan, edukator, dan pemasar untuk lebih memfokuskan strategi mereka pada aspek inovatif dan informatif dalam memengaruhi perilaku sasaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, R., Amiruddin, A., & Rifa'i, E. M. (2017). Inovasi Pendidikan: Melejitkan Potensi Teknologi dan Inovasi Pendidikan.
- Bearden, W. O., Netemeyer, R. G., & Teel, J. E. (1989). Measurement of consumer susceptibility to interpersonal influence. *Journal of consumer research*, 15(4), 473-481.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Glanz, K., Rimer, B. K., & Viswanath, K. (2008). Theory, research, and practice in health behavior and health education.
- Loudon, D., & Della, B. (1993). *Consumer behavior: Concepts and applications*.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial least squares structural equation modeling. In *Handbook of market research* (pp. 587-632). Cham: Springer International Publishing.

Tyas, E. I., & Darma, E. S. (2017). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, dan Actual Usage Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi: Studi Empiris Pada Karyawan Bagian Akuntansi dan Keuangan Baitul Maal Wa Tamwil Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 1(1), 25-35.