

ABSTRAK

Nama : Marsha Novira Laksmitasari
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Judul : Difusi Inovasi Layanan *Digital Lounge* Cabang Pondok Indah Mall

Perkembangan layanan digital perbankan menuntut perusahaan untuk membangun fitur-fitur digital. CIMB Niaga merupakan perusahaan perbankan yang bersinergi dalam layanan perbankan digital. Inovasi dari bank CIMB Niaga dalam mengikuti tren saat ini ialah dengan meluncurkan unit *Digital Lounge*. Namun, inovasi seperti ini seringkali menimbulkan kebingungan pada nasabah karena merupakan ide baru yang belum banyak diadaptasi. Dengan kata lain, bagaimana sebuah inovasi dikomunikasikan menjadi bagian penting dalam proses adopsi *Digital Lounge*. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh atribut inovasi terhadap tingkat adopsi *Digital Lounge* agar transformasi digital dapat ditingkatkan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data primer diperoleh melalui kuesioner dengan menggunakan teknik non probabilitas. Sampel pada penelitian ini sebanyak 185 responden yang merupakan nasabah *Digital Lounge* cabang Pondok Indah Mall.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara atribut inovasi terhadap tingkat adopsi *Digital Lounge* dengan arah positif. Artinya semakin baik keuntungan relatif, kesesuaian, kerumitan, kemampuan untuk diujicoba, dan kemampuan untuk diamati sebuah inovasi mampu meningkatkan pengadopsian nasabah. Penelitian ini juga menemukan bahwa pengetahuan nasabah mampu memoderasi tingkat adopsi *Digital Lounge*. Artinya keuntungan relatif, kesesuaian, kerumitan, kemampuan untuk diujicoba, dan kemampuan untuk diamati sebuah inovasi akan semakin memperkuat tingkat adopsi nasabah melalui informasi mengenai layanan tersebut.

Kata Kunci: Atribut Inovasi, Difusi Inovasi, Layanan Digital Lounge, Pengetahuan Nasabah, Tingkat Adopsi

ABSTRACT

Name : *Marsha Novira Laksmitasari*
Study Program : *Communication Sciences*
Title : *Diffusion of Innovation Digital Lounge Services at Pondok Indah Mall*

The development of digital banking services requires companies to build digital features. CIMB Niaga is a banking company that synergizes in digital banking services. CIMB Niaga banking innovation in keeping up with current trends is by launching a Digital Lounge unit. However, innovation like this often creates confusion for customers because it is a new idea that has not been widely adapted. In other words, how an innovation is communicated becomes an important part of the Digital Lounge adoption process. Therefore, this study aims to see the effect of innovation attributes on the Digital Lounge adoption rate so that digital transformation can be improved.

This study uses a quantitative approach to the survey method. Primary data was obtained through a questionnaire using non-probability techniques. The sample in this study was 185 respondents who were Digital Lounge customers at the Pondok Indah Mall branch.

The results showed that there was a significant influence between innovation attributes on the Digital Lounge adoption rate in a positive direction. This means that the better the relative advantage, compatibility, complexity, trialability, and observability can increase customer adoption. This study also found that customer knowledge is able to moderate Digital Lounge adoption rates. This means that the relative advantage, compatibility, complexity, trialability, and observability of an innovation will further strengthen the level of customer adoption through information about the service..

Keywords: *Adoption Rate, Attributes of Innovation, Consumer Knowledge, Diffusion of Innovation, Digital Lounge Services*