

## ABSTRAK

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *relative advantage* terhadap *intentions to use* pada LinkAja; mengetahui pengaruh *compatibility* terhadap *intentions to use* pada LinkAja; mengetahui pengaruh *complexity* terhadap *intentions to use* pada LinkAja; mengetahui pengaruh *observability* terhadap *intentions to use* pada LinkAja; mengetahui pengaruh *trial ability* terhadap *intentions to use* pada LinkAja. Populasi penelitian terdiri dari pengguna aplikasi LinkAja yang ada di Surabaya. Sampel penelitian terdiri dari 220 pengguna aplikasi LinkAja yang ada di Surabaya. Analisis data dilakukan dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: a) Variabel *relative advantage* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *intention to use* pada Linkaja. Semakin tinggi keunggulan relatif pada Linkaja tidak mampu memengaruhi niat untuk menggunakan; b) Variabel *compatibility* berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to use* pada Linkaja. Semakin baik kompatibilitas yang diberikan kepada konsumen maka akan semakin tinggi pula niat untuk menggunakan Linkaja; c) Variabel *complexity* berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to use* pada Linkaja. Semakin baik kompleksitas inovasi yang dirasakan konsumen maka akan baik pula niat untuk menggunakan Linkaja; d) Variabel *observability* berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to use* pada Linkaja. Semakin tinggi tingkat keterlihatan akan semakin meningkat juga peluang untuk menumbuhkan niat menggunakan Linkaja; e) Variabel *trial ability* berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to use* pada Linkaja. Semakin baik ketercobaan yang diberikan kepada konsumen maka akan baik pula peluang untuk menggunakan Linkaja.

**Kata kunci:** *LinkAja, Diffusion of Innovation, Relative advantage, Compability, Complexity, Observability, Trial ability*