

PENGARUH *FASHION INNOVATIVENESS*, *PERCEIVED SEVERITY*, *PERCEIVED VULNERABILITY*, DAN *HEDONIC MOTIVATION* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* PENGGUNAAN SMARTWATCH

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama : Rukyan Pauzi

NIM : 43121010023

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

**PENGARUH *FASHION INNOVATIVENESS*, *PERCEIVED SEVERITY*, *PERCEIVED VULNERABILITY*, DAN *HEDONIC MOTIVATION* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION*
PENGUNAAN SMARTWATCH**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas
Mercu Buana Jakarta



Nama : Rukyan Pauzi

NIM : 43121010023

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rukyan Pauzi
NIM : 43121010023
Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri dan apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 09 Agustus 2025



Rukyan Pauzi
NIM 43121010023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : RUKYAN PAUZI
NIM : 43121010023
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH FASHION INNOVATIVENESS, PERCEIVED SEVERITY, PERCEIVED VULNERABILITY, DAN HEDONIC MOTIVATION TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION PENGGUNAAN SMARTWATCH
Hasil Pengecekan Turnitin : 29%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **29%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
 MERCU BUANA

Jakarta, 19 September 2025
 Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

2025/September/19/0000000586/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rukyan Pauzi
NIM : 43121010023
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Fashion Innovativeness*, *Perceived Severity*,
Perceived Vulnerability, dan *Hedonic Motivation*
Terhadap *Behavioral Intention* Penggunaan *Smartwatch*
Tanggal Lulus Ujian : 22 Agustus 2025

Disahkan Oleh:

Pembimbing



Mas Wahyu Wibowo, MBA, Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak.,CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-09255612



Scan QR or [click here](#) to
Verification

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh *Fashion Innovativeness*, *Hedonic Motivation*, *Perceived Severity*, dan *Perceived Vulnerability* terhadap *Behavioral Intention* penggunaan *smartwatch* pada mahasiswa Generasi Z di Jakarta Barat. Kajian ini berlandaskan pada *Protection Motivation Theory* (PMT) dan *Fashion Consciousness*, dengan pendekatan kuantitatif menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui aplikasi SmartPLS 4.0. Metode penarikan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan sampel minimum yang berjumlah 155 responden. Pada model struktural ditemukan bahwa *Fashion Innovativeness* ($t = 5,712$; $p < 0,001$), *Hedonic Motivation* ($t = 4,865$; $p < 0,001$), dan *Perceived Severity* ($t = 3,214$; $p < 0,01$) berpengaruh positif signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Sebaliknya, *Perceived Vulnerability* ($t = 1,203$; $p = 0,229$) tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor emosional dan gaya hidup (*fashion* dan motivasi hedonis) lebih dominan dibandingkan persepsi risiko kognitif dalam memengaruhi niat Generasi Z untuk mengadopsi *smartwatch*.

Kata kunci: Adopsi *Smartwatch*, *Fashion Innovativeness*, *Hedonic Motivation*, *Perceived Severity*, *Perceived Vulnerability*, *Behavioral Intention*, Generasi Z



ABSTRACT

This study analyzes the influence of Fashion Innovativeness, Hedonic Motivation, Perceived Severity, and Perceived Vulnerability on Behavioral Intention to use smartwatches among Generation Z students in West Jakarta. This study is based on the Protection Motivation Theory (PMT) and Fashion Consciousness, using a quantitative approach with Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) via the SmartPLS 4.0 application. The sampling method employed purposive sampling with a minimum sample size of 155 respondents. In the structural model, it was found that Fashion Innovativeness ($t = 5.712$; $p < 0.001$), Hedonic Motivation ($t = 4.865$; $p < 0.001$), and Perceived Severity ($t = 3.214$; $p < 0.01$) had a significant positive effect on Behavioral Intention. Conversely, Perceived Vulnerability ($t = 1.203$; $p = 0.229$) did not have a significant effect. These findings indicate that emotional and lifestyle factors (fashion and hedonic motivation) are more dominant than cognitive risk perception in influencing Generation Z's intention to adopt smartwatches.

Keywords: *Smartwatch Adoption, Fashion Innovativeness, Hedonic Motivation, Perceived Severity, Perceived Vulnerability, Behavioral Intention, Generation Z*



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul ***“Fashion Innovativeness, Perceived Severity, Perceived Vulnerability, Hedonic Motivation, dan Behavioral Intention Penggunaan Smartwatch”***. Skripsi ini merupakan tahap akhir untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Mas Wahyu Wibowo, MBA, Ph.D, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, waktu, dukungan, dan saran yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini. Tak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dan bantuan selama menempuh pendidikan di Universitas Mercu Buana terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Andriansyah, M. Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Eri Marlapa, SE., MM, selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen sekaligus Dosen Pembimbing Akademik penulis.

5. Para dosen FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami.
6. Teristimewa, kedua orang tua tercinta, yang telah mendidik dan memberikan semangat kepada penulis serta tidak pernah berhenti memberikan dorongan, perhatian, dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan lancar.
7. Seluruh teman-teman S1 Manajemen FEB UMB angkatan 2021 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama di bangku perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna yang tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 09 Agustus 2025



Rukyan Pauzi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kontribusi Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	15
A. Kajian Pustaka	15
1. <i>Protection Motivation Theory (PMT)</i>	15
2. <i>Fashion Consciousness</i>	16
3. <i>Smartwatch</i>	17
4. <i>Behavioral Intention</i>	18
5. <i>Fashion Innovativeness</i>	19
6. <i>Perceived Severity</i>	21
7. <i>Perceived Vulnerability</i>	23
8. <i>Hedonic Motivation</i>	24
B. Pengembangan Hipotesis	32
1. Pengaruh <i>Fashion Innovativeness</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Penggunaan <i>Smartwatch</i>	32
2. Pengaruh <i>Perceived Severity</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Penggunaan <i>Smartwatch</i>	32
3. Pengaruh <i>Perceived Vulnerability</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Penggunaan <i>Smartwatch</i>	33
4. Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Penggunaan <i>Smartwatch</i>	34

C. Kerangka Konseptual	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Waktu dan Tempat Penelitian	37
B. Desain Penelitian	37
C. Definisi dan Operasional Variabel	37
1. Definisi Variabel	37
2. Operasional Variabel	39
D. Skala Pengukuran Variabel	41
E. Populasi dan Sampel Penelitian	42
1. Populasi Penelitian	42
2. Sampel Penelitian	43
F. Metode Pengumpulan Data	44
G. Metode Analisis Data	44
1. Analisis Deskriptif	45
2. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	46
3. Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	50
B. Statistik Deskriptif Responden	50
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	56
1. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	56
2. Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	62
D. Pembahasan Hasil Penelitian	66
1. Pengaruh <i>Fashion Innovativeness</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Penggunaan <i>Smartwatch</i>	66
2. Pengaruh <i>Perceived Severity</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Penggunaan <i>Smartwatch</i>	68
3. Pengaruh <i>Perceived Vulnerability</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Penggunaan <i>Smartwatch</i>	69
4. Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Penggunaan <i>Smartwatch</i>	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Kuesioner Pra-Survei	11
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	39
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert	41
Tabel 4. 1 Usia Responden	51
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	52
Tabel 4. 3 Semester Responden	52
Tabel 4. 4 Program Studi Responden	53
Tabel 4. 5 Asal Universitas Responden	54
Tabel 4. 6 Frekuensi Pemantauan Kesehatan Responden	55
Tabel 4. 7 Hasil Factor Loading	56
Tabel 4. 8 Hasil Composite Reliability	59
Tabel 4. 9 Hasil Convergent Validity	59
Tabel 4. 10 Hasil Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterion)	60
Tabel 4. 11 Hasil Collinearity Statistic (VIF)	61
Tabel 4. 12 Hasil Model Fit	62
Tabel 4. 13 Hasil R-Square	63
Tabel 4. 14 Hasil F-square	63
Tabel 4. 15 Hasil Q-Square	64
Tabel 4. 16 Hasil Hipotesis	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Kasus Penyakit Jantung di Indonesia Berdasarkan Usia	2
Gambar 1. 2 Frekuensi Penggunaan Wearable Tech di Indonesia Berdasarkan Gender	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	35
Gambar 4. 1 Hasil Algorithm PLS	57
Gambar 4. 2 Hasil Algorithm PLS	57
Gambar 4. 3 Hasil Output Bootstrapping	66



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	84
I. SCREENING QUESTION	86
II. DEMOGRAFI RESPONDEN	86
Lampiran 2. PLS CVPAT (MV <i>Prediction Summary</i>)	89

