

**PENGARUH KEGUNAAN, KEMUDAHAN, DAN NILAI -
NILAI SOSIAL KOGNITIF TERHADAP NIAT MAHASISWA
MENGUNAKAN APLIKASI INVESTASI SAHAM**



SKRIPSI

Oleh :

Nama: Rozan Ahmad Athaya

No. Mahasiswa: 18312142

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2022

**PENGARUH KEGUNAAN, KEMUDAHAN, DAN NILAI - NILAI SOSIAL
KOGNITIF TERHADAP NIAT MAHASISWA MENGGUNAKAN
APLIKASI INVESTASI SAHAM**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai
derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan
Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama: Rozan Ahmad Athaya

No. Mahasiswa: 18312142

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di sebuah perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup untuk menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 23 Februari 2022

Penulis,



(Rozaan Ahmad Athaya)

**PENGARUH KEGUNAAN, KEMUDAHAN, DAN NILAI - NILAI SOSIAL
KOGNITIF TERHADAP NIAT MAHASISWA MENGGUNAKAN
APLIKASI INVESTASI SAHAM**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama: Rozan Ahmad Athaya

No. Mahasiswa: 18312142

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 23 Februari 2022

Dosen Pembimbing,



(Sigit Pamungkas, S.E., M.Com.)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, dan Nilai - Nilai Sosial Kognitif Terhadap Niat Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Investasi Saham

Disusun oleh : ROZAN AHMAD ATHAYA

Nomor Mahasiswa : 18312142

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Rabu, 06 April 2022

Penguji/Pembimbing Skripsi : Sigit Pamungkas, SE., M.Com.

Penguji : Primanita Setyono, Dra., MBA., Ak., CA., CMA.,
CAPM

.....
.....



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Prof. Jaka Sriyana, Dr., M.Si

MOTTO

*“Katak di Dalam Sumur Tidak Tahu Luasnya Lautan, Tapi Dia Tahu Birunya
Langit”*

(Akane Aioi)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan karya ini untuk :

Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan kepada saya. Adik dan kerabat yang saya sayangi. Serta teman-teman yang telah mendampingi saya.



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil ‘alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan berkat, rahmat dan hidayah-Nya, sehingga dapat terselesaikannya skripsi dari penulis yang berjudul “Pengaruh kegunaan, kemudahan, dan nilai-nilai sosial kognitif terhadap niat mahasiswa menggunakan aplikasi investasi saham”.

Skripsi ini disusun dalam rangka pemenuhan syarat akademis guna mencapai gelar strata satu (S-1) pada jurusan Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini tidak lepas dari doa, kudungan, serta bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, atas segala rezeki, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga diberikan jalan dalam pengerjaan tugas ini.
2. Orang tua dan adik tercinta, yang senantiasa memberikan dukungan langsung dan tidak langsung kepada penulis. Terima kasih telah menjadi tempat yang hangat dan nyaman bagi penulis. Semoga dengan segala kebaikan yang telah diberikan, penulis dapat memenuhi harapan yang ada.
3. Bapak Sigit Pamungkas, S.E., M.Com. selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih banyak atas berbagai pelajaran, bimbingan, dan inspirasi yang luar biasanya bermanfaat dari proses awal hingga akhirnya selesainya penulisan.
4. Bapak Jaka Sriyana, Dr., S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Dr. Mahmudi, S.E., M.Si., CA., CMA selaku Ketua Program Studi Akuntansi Program Sarjana Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

6. Nomaden dan juga teman-teman perkuliahan lainnya yang sedang berjuang bersama menyelesaikan tugas akhir dan memberikan banyak pengalaman selama di kampus.
7. Hanif & Geng, Grup Keliling, Grup Pengabdian, dan teman-teman masa sekolah di kampung halaman lainnya yang memberikan banyak dukungan langsung terutama selama masa kuliah daring yang harus saya tempuh di Salatiga.
8. Teman-teman magang saya yang berperan besar dalam memberikan saya inspirasi penelitian dan mendukung saya ketika dalam masa kesulitan.
9. Rekan-rekan organisasi saya di Koperasi Mahasiswa FBE UII yang telah memberikan ruang belajar bagi penulis untuk berinteraksi, berkembang, dan berkontribusi.
10. Semua responden yang telah membantu memberikan waktu dan tanggapan untuk mengisi kuesioner penelitian ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas ini.

Penulis sadar dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kekeliruan, untuk itu saran dan kritik yang membangun akan membantu menyempurnakan penelitian ini. Penulis berharap tulisan ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta, 23 Februari 2022

Penulis,



Rozan Ahmad Athaya

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.6 Sistematika Pembahasan	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1 Technology Acceptance Model (TAM).....	14

2.2 Social Cognitive Theory (SCT)	17
2.3 Teknologi Finansial (Financial Technology)	20
2.4 Aplikasi Investasi Saham	22
2.5 Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Teknologi Finansial	24
2.5.1 Persepsi Kegunaan (<i>Perceived Usefulness</i>).....	24
2.5.2 Persepsi Kemudahan (<i>Perceived Easy to Use</i>)	25
2.5.3 Interaksi Digital.....	26
2.5.4 Kepercayaan Kepada Penyedia (<i>Trust</i>).....	28
2.5.5 Kesesuaian Dengan Gaya Hidup.....	30
2.6 Pengaruh Niat Menggunakan terhadap Penggunaan Nyata	31
2.7 Penelitian Terdahulu	32
2.8 Hipotesis Penelitian.....	38
2.8.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham.....	38
2.8.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham.....	39
2.8.3 Pengaruh Interaksi Digital terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham.....	40
2.8.4 Pengaruh Kepercayaan Kepada Penyedia terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham	42
2.8.5 Pengaruh Kesesuaian Dengan Gaya Hidup terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham	43

2.8.6 Pengaruh Niat Menggunakan terhadap Penggunaan Nyata Aplikasi Investasi Saham.....	44
2.9 Kerangka Penelitian	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
3.1 Metode Penelitian.....	46
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	46
3.2.1 Populasi.....	46
3.2.2 Sampel.....	47
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	48
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	49
3.4.1 Persepsi Kegunaan terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham.....	49
3.4.2 Persepsi Kemudahan terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham.....	49
3.4.3 Interaksi Digital terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham	50
3.4.4 Kepercayaan Kepada Penyedia terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham.....	51
3.4.5 Kesesuaian Gaya Hidup terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham.....	52
3.4.6 Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham	53
3.4.7 Penggunaan Nyata Aplikasi Investasi Saham.....	53
3.5 Metode dan Alat Analisa Data	54

3.6 Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	55
3.6.1 Uji Validitas	55
3.6.2 Uji Reliabilitas	56
3.7 Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Deskripsi Responden.....	58
4.1.1 Klasifikasi Asal Universitas.....	58
4.1.2 Klasifikasi Jurusan Perkuliahan	59
4.1.3 Klasifikasi Jenis Kelamin.....	60
4.1.4 Klasifikasi Kelompok Usia	61
4.1.5 Klasifikasi Aplikasi Saham yang Digunakan.....	61
4.1.6 Klasifikasi Profil Risiko Investasi.....	62
4.2 Evaluasi Model Pengukuran	63
4.2.1 Uji Validitas	64
4.2.2 Uji Reliabilitas	70
4.3 Evaluasi Model Struktural.....	71
4.3.1 R-Square.....	71
4.3.2 <i>Predictive Relevance</i>	72
4.3.3 Koefisien Jalur	73
4.4 Model Hasil Pengujian Hipotesis.....	73
4.4.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham.....	74

4.4.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham.....	75
4.4.3 Pengaruh Interaksi Digital Terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham.....	76
4.4.4 Pengaruh Kepercayaan Kepada Penyedia Terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham.....	77
4.4.5 Pengaruh Kesesuaian Gaya Hidup Terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham.....	78
4.4.6 Pengaruh Niat Menggunakan Terhadap Penggunaan Nyata Aplikasi Investasi Saham.....	79
BAB V PENUTUP.....	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Implikasi Penelitian.....	81
5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian	82
5.3.1 Keterbatasan Penelitian.....	82
5.3.2 Saran Penelitian.....	83
DAFTAR PUSTAKA	85

DAFTAR TABEL

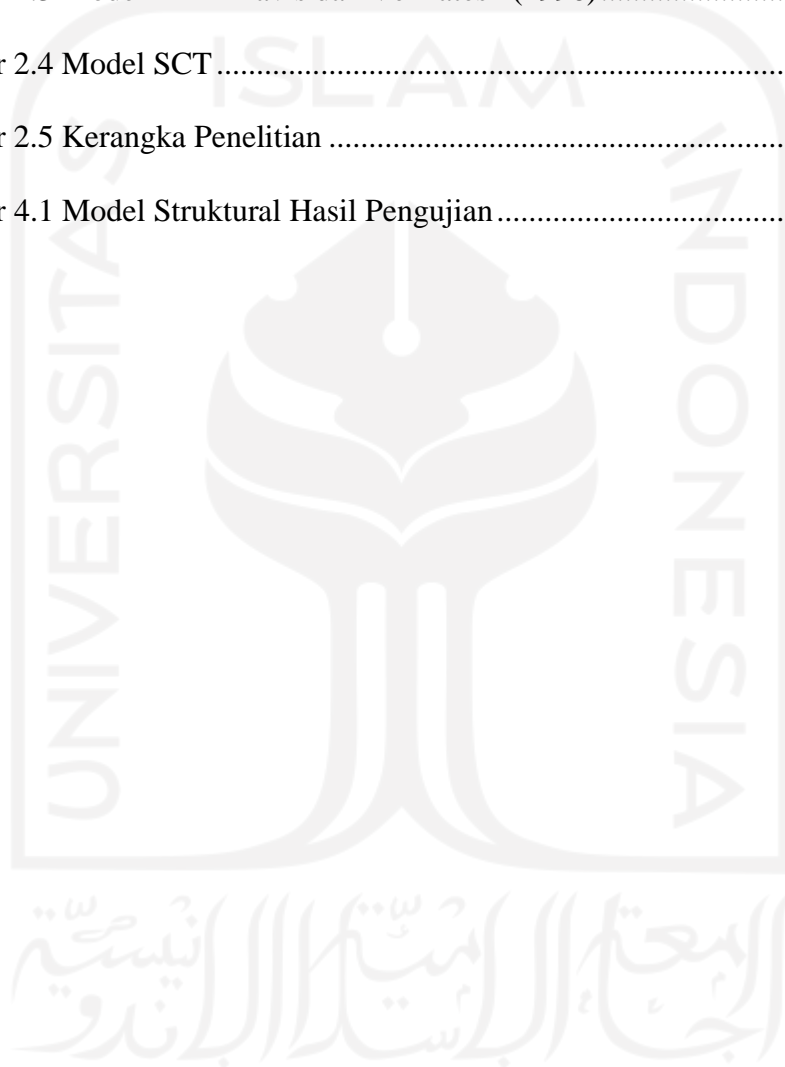
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	48
Tabel 3.2 Indikator Persepsi Kegunaan	49
Tabel 3.3 Indikator Persepsi Kemudahan	50
Tabel 3.4 Indikator Interaksi Digital	50
Tabel 3.5 Indikator Kepercayaan Terhadap Penyedia	51
Tabel 3.6 Indikator Kesesuaian Gaya Hidup	52
Tabel 3.7 Indikator Niat Menggunakan	53
Tabel 3.8 Indikator Penggunaan Nyata	54
Tabel 4.1 Klasifikasi Asal Universitas Responden	58
Tabel 4.2 Klasifikasi Jurusan Perkuliahan Responden	60
Tabel 4.3 Klasifikasi Jenis Kelamin Responden	60
Tabel 4.4 Klasifikasi Kelompok Usia Responden	61
Tabel 4.5 Klasifikasi Aplikasi Saham yang Digunakan Responden	62
Tabel 4.6 Klasifikasi Profil Risiko Investasi Responden	63
Tabel 4.7 Nilai <i>Loading Factor</i>	64
Tabel 4.8 Nilai Pembaruan <i>Loading Factor</i>	65
Tabel 4.9 Nilai AVE	67
Tabel 4.10 Nilai Kriteria Fornell-Larcker	68
Tabel 4.11 Nilai <i>Cross Loadings</i>	69
Tabel 4.12 Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	70
Tabel 4.13 Nilai <i>R-Square</i>	71

Tabel 4.14 Nilai <i>Predictive Relevance</i>	72
Tabel 4.15 Nilai Koefisien Jalur	73
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis.....	74



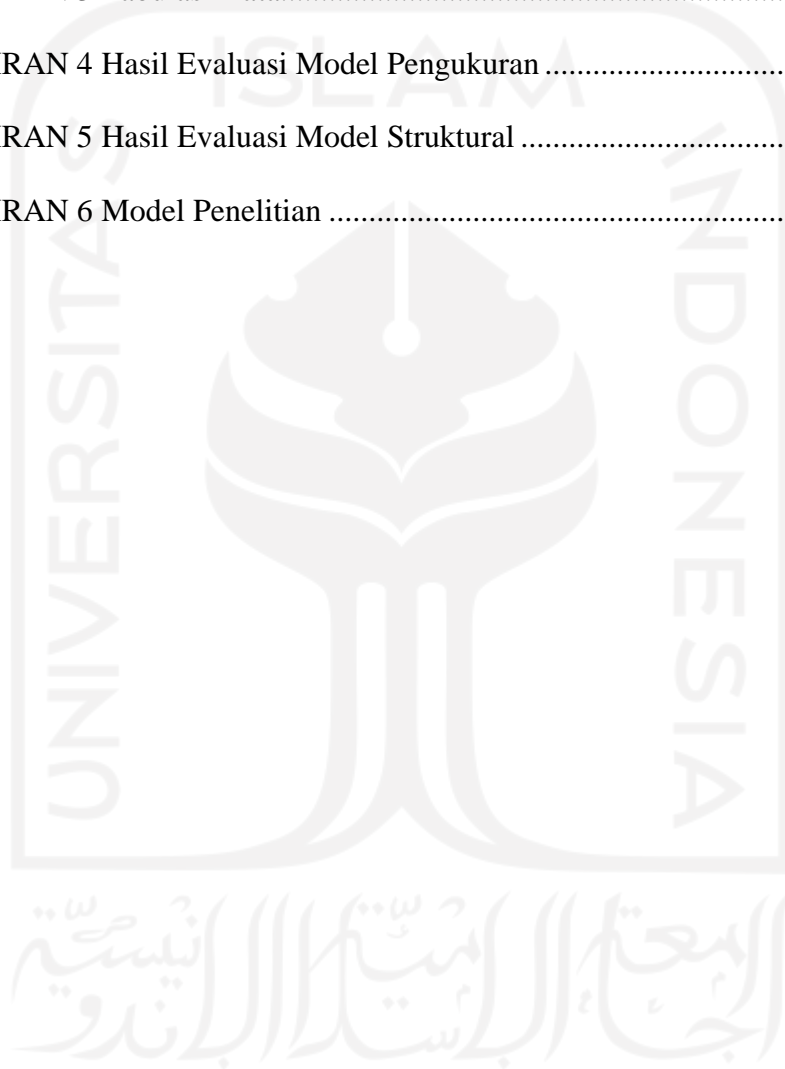
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model TAM Davis (1989).....	14
Gambar 2.2 Model TAM Davis dkk (1989).....	16
Gambar 2.3 Model TAM Davis dan Venkatesh (1996).....	16
Gambar 2.4 Model SCT.....	18
Gambar 2.5 Kerangka Penelitian	45
Gambar 4.1 Model Struktural Hasil Pengujian.....	73



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian	92
LAMPIRAN 2 Data Identitas Responden.....	98
LAMPIRAN 3 Tabulasi Data.....	107
LAMPIRAN 4 Hasil Evaluasi Model Pengukuran	122
LAMPIRAN 5 Hasil Evaluasi Model Struktural	125
LAMPIRAN 6 Model Penelitian	127



ABSTRACT

This study aims to identify various factors that influence the use of stock investment applications from the theory of Technology Acceptance Model (TAM) and Social Cognitive Theory (SCT) including perceived usefulness, perceived ease of use, digital interaction, trust in service providers, and lifestyle fit. The research data is primary data from the survey which was distributed to the research sample as many as 181 respondents in the student population of the Faculty of Economics in the Special Region of Yogyakarta. Analysis of the data using the SEM-PLS method with the SmartPLS analysis tool. The results obtained provide evidence that perceived usefulness, digital interaction, trust in providers have a positive influence on intentions to use stock investment applications. While, perceived ease of use and lifestyle choices have no effect on intentions to use stock investment applications.

Keyword: TAM, SCT, perceived usefulness, perceived ease of use, digital interaction, trust in service, lifestyle fit

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi investasi saham dari teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Social cognitive theory* (SCT) meliputi persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, interaksi digital, kepercayaan kepada penyedia layanan, dan kesesuaian gaya hidup. Data penelitian merupakan data primer dari survei kuesioner yang dibagikan kepada sampel penelitian sebanyak 181 responden dalam populasi mahasiswa Fakultas Ekonomi dari Universitas yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Analisa data menggunakan metode SEM-PLS dengan alat analisa SmartPLS. Hasil penelitian yang diperoleh memberikan bukti bahwa persepsi kegunaan, interaksi digital, kepercayaan kepada penyedia memberikan pengaruh positif terhadap niat menggunakan aplikasi investasi saham. Sedangkan persepsi kemudahan dan kesesuaian gaya hidup tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan aplikasi investasi saham.

Kata Kunci: TAM, SCT, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, interaksi digital, kepercayaan kepada penyedia, kesesuaian gaya hidup

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun ke belakang, kebiasaan sehari-hari manusia telah berubah karena perkembangan teknologi dalam menunjang aktivitas. Dahulu penggunaan telepon menggunakan tombol *keypad* sekarang telah digantikan oleh layar sentuh untuk memberikan akses lebih luas dalam menggunakan teknologi. Tidak hanya perangkat keras yang berkembang, namun perangkat lunak juga semakin menyesuaikan kebutuhan manusia. Seperti perangkat lunak dalam ponsel pintar atau yang biasa dikenal sebagai aplikasi, telah memberikan banyak fitur bermanfaat dan mudah diakses oleh orang-orang. Menurut Vermaat dkk (2016) aplikasi adalah sekumpulan instruksi khusus di perangkat komputer yang didesain agar memudahkan penyelesaian tugas-tugas tertentu. Saat ini aplikasi di dalam ponsel pintar terus berkembang dengan pesat. Tidak hanya jejaring sosial, segala aspek dalam kehidupan dapat dibantu oleh aplikasi ponsel pintar mulai dari pemenuhan kebutuhan belanja lewat *e-commerce*, kebutuhan transportasi, hingga aplikasi-aplikasi dalam bidang keuangan yang biasa dikenal sebagai *Financial Technology*.

Financial Technology (fintech) merupakan inovasi teknologi pada sektor keuangan yang memberikan model bisnis, aplikasi, atau produk-produk untuk layanan keuangan (Dudley, 2017). Ada 3 fase perkembangan teknologi dalam sektor keuangan menurut Arner dkk (2015). Fase teknologi pertama terjadi setelah

pembuatan kabel telegraf trans-atlantik pertama di tahun 1866 yang mengakibatkan perubahan padangan dari analog ke digital dalam bidang keuangan (*fintech* 1.0). Kemudian pada tahun 1967 masuk ke fase dua (*fintech* 2.0) dengan hadirnya Anjungan Tunai Mandiri (ATM) sebagai inovasi baru teknologi yang dibawa oleh penyedia jasa keuangan. Saat ini teknologi dibidang keuangan memasuki fase ketiga (*fintech* 3.0) dimana semakin banyak teknologi yang dihadirkan oleh pihak-pihak di luar penyedia jasa keuangan seperti perusahaan-perusahaan berbasis teknologi.

Laporan CB *Insights* (2020), perusahaan di sektor *fintech* secara global terus berkembang pada tahun 2019. Pendanaan tahunan perusahaan secara global mencapai angka 34,5 miliar dollar dalam 1913 kesepakatan, jauh lebih tinggi dari tahun 2017 ke bawah yang hanya berada di angka belasan miliar dollar. Pertumbuhan didorong oleh *startup fintech* dibuktikan dengan transaksi pada perusahaan seri B memiliki persentase tertinggi dalam 5 tahun terakhir. Pendanaan dan kesepakatan *fintech* menyebar ke dalam pasar negara berkembang di benua Amerika Selatan, Afrika, Asia Tenggara, dan Australia. Semua daerah tersebut mencatatkan rekor pendanaan tertinggi tahunan, terutama di kawasan Afrika dan Asia Tenggara (SEA). Layanan yang lebih modern, praktis, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen mendorong tumbuhnya *fintech* di berbagai negara.

Di Indonesia, *financial technology* telah berkembang dengan pesat. Pada tahun 2016 berdiri organisasi Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH) sebagai tempat bertemunya inovasi-inovasi di bidang *fintech* dengan berbagai pemangku kepentingan untuk memajukan daya saing sektor *fintech* di Indonesia. AFTECH

secara resmi telah ditunjuk sebagai Asosiasi Penyelenggara Inovasi Keuangan Digital (IKD) di tahun 2019 oleh Otoritas Jasa Keuangan (Fintech Indonesia, 2021). Hadirnya AFTECH memberikan kepercayaan bagi masyarakat terhadap perusahaan-perusahaan yang bergerak di sektor ini. Hasilnya data dari World Bank pada tahun 2017 pengguna *fintech* di Indonesia berada di angka 78% jauh lebih tinggi dari sepuluh tahun sebelumnya yang berada di angka 7%. Tercatat ada ratusan perusahaan menyediakan layanan *fintech*. Layanan *fintech* dibagi dalam berbagai macam, salah satunya adalah investasi (*fintech investment*). Salah satu layanan investasi dengan pemanfaatan teknologi gadget yang banyak diketahui masyarakat Indonesia adalah investasi pasar modal atau saham (Otoritas Jasa Keuangan, 2020).

Investasi saham merupakan bukti yang menandakan hak pemodal yaitu pihak yang mempunyai bukti tersebut untuk mendapat bagian dari keuntungan atau kekayaan organisasi pihak yang menerbitkan bukti berupa surat saham tersebut, serta mendapat fasilitas sesuai kondisi kepemilikan setiap pemodal (Suad dan Enny, 2015). Investasi saham telah berkembang pesat di Indonesia. Data statistik dari KSEI (2021) menyebutkan, *Single Investor Identification* (SID) saham sebagai nomor identitas yang menyatakan seseorang resmi terdaftar sebagai investor pasar modal mengalami lonjakan tinggi mulai tahun 2018. 1,6 juta SID telah terdaftar di tahun 2018 naik 44,24% dari tahun 2017. Angka tersebut terus meningkat hingga data terakhir pada februari 2021 telah terdaftar 4,5 juta masyarakat sebagai investor pasar modal.

Dalam laporan statistik pasar modal Indonesia KSEI (2021) juga menyertakan demografi investor individu di Indonesia yang didominasi oleh usia 30 tahun ke bawah. Tercatat hingga Februari 2021 terdapat 57,02% investor berada di usia 30 tahun ke bawah, nilai yang mencakup setengah lebih dari populasi investor di Indonesia. Selain itu secara demografi pekerjaan, pelajar juga mendominasi populasi investor dengan angka 27,06%.

Perkembangan masyarakat untuk berinvestasi saham juga sejalan dengan dukungan layanan teknologi yang diberikan. *Finansial Technology Investment (fintech investment)* memberikan inovasi pelayanan transaksi saham dengan pemanfaatan teknologi sehingga kegiatan jual beli dapat dilakukan secara daring, yang dikenal sebagai investasi saham *online*. Investasi saham *online* adalah fasilitas dengan media internet yang menghubungkan penerbit sekuritas, perantara, penyedia layanan, dan juga investor untuk melakukan perdagangan efek saham dengan lebih mudah dan masuk akal (Raut dan Das, 2017). Dengan begitu, investor dapat menjalankan transaksi jual beli saham dimana saja dengan menggunakan protokol pengajuan pesanan berbasis internet. Perkembangan investasi saham *online* juga menghadirkan aplikasi investasi saham sebagai perantara yang lebih ringkas dan dapat dengan mudah diakses dengan gadget pribadi. Menurut Balasubramanian et al., (2003), aplikasi investasi saham juga dapat disebut sebagai *e-brokerages*. Aplikasi investasi saham memiliki peran yang sama seperti broker pada investasi konvensional. Aplikasi ini berperan sebagai penghubung antara perusahaan penjual efek dengan investor pembeli efek.

Menurut Hong (2000), Faktor yang mempengaruhi investor untuk berinvestasi saham secara daring adalah tingkat biaya yang rendah. Broker cenderung menurunkan biaya komisinya terhadap transaksi perdagangan saham secara daring. Hal ini menarik investor saham konvensional untuk berpindah ke transaksi daring yang lebih praktis dan terjangkau. Namun biaya komisi juga dipengaruhi oleh pasar yang dituju oleh broker tersebut. Seperti broker dengan pasar investor pemula cenderung memiliki biaya komisi yang lebih tinggi karena memberikan fasilitas lebih untuk membantu mempelajari cara investasi dengan lebih mudah. Penting bagi penyedia layanan investasi untuk mempertahankan hubungan yang lama dengan investor lewat fasilitas daring agar membentuk kepercayaan bertransaksi lewat platform yang mereka miliki.

Faktor lain yang mempengaruhi investor melakukan investasi secara daring adalah sosial dan psikologi. Menurut Konana dan Balasubramanian (2005), investor akan mencari informasi untuk mengevaluasi sebuah penawaran investasi *online*. Bagaimana layanan sosial yang diberikan ketika investor melakukan transaksi tanpa bertatap muka dengan penjual dan tanpa diketahui barang fisik yang dijual mendorong niat investor untuk bertransaksi secara daring. Transaksi investasi juga memiliki unsur privasi yang perlu dilindungi. Penghindaran rasa malu terhadap transaksi yang sedang dilakukan dengan perlindungan informasi investor *online* menjadi aspek psikologis yang dipertimbangkan investor untuk berinvestasi secara daring. Konana dan Balasubramanian (2005) pun menambahkan bahwa faktor kenyamanan, tingkat biaya yang lebih rendah, dan akses yang lebih baik untuk mengontrol investasi menjadikan investasi secara daring berkembang dengan pesat.

Namun, sebuah inovasi teknologi tidak dapat terlepas dari suatu kendala. Mekanisme transaksi dari yang dulunya harus datang langsung ke perusahaan sekuritas, kini dengan mudah dapat dilakukan lewat aplikasi tidak bisa langsung diterima oleh seluruh investor. Beberapa investor menganggap bahwa aplikasi investasi saham di Indonesia masih dalam tahap perkembangan. Selain itu, sebagian orang yang awam dengan teknologi juga menaruh perhatian terhadap risiko kesalahan pemakaian aplikasi investasi. Dampaknya menurut Steven (2018), pemanfaatan aplikasi investasi di Indonesia masih diantara 20% - 30% populasi investor. Jumlah yang masih kecil jika di bandingkan dengan negara-negara lain.

Banyak penelitian dilakukan terkait faktor apa yang menyebabkan orang adopsi *fintech* dengan *Technology Acceptance Model* (TAM). Seperti penelitian yang dilakukan Mun dkk (2017) terhadap generasi milenial di Malaysia. Penelitian ini mengkaitkan TAM dengan niat penggunaan dompet digital dengan hasil bahwa *Perceived Usefulness* dan *Perceived Easy of Use* memiliki pengaruh yang besar terhadap *Intention to Use Mobile Payment*. Kemudian penelitian yang dilakukan Patel dan Patel, (2018) mengamati niat menggunakan layanan *internet banking* di Gujarat dengan mengkaitkan TAM. Hasilnya persepsi manfaat dan persepsi kemudahan memiliki dampak yang kuat terhadap niat penggunaan layanan perbankan ini di Gujarat. Selain itu terdapat penelitian yang dilakukan oleh Alaeddin dkk (2018) di sekolah bisnis Universitas Kuala Lumpur Malaysia. Penelitian ini menggunakan populasi staf di sekolah tersebut. Hasil penelitian menyebutkan model TAM yaitu persepsi kegunaan dan persepsi manfaat menjadi

faktor yang sangat berpengaruh terhadap keinginan mengganti dompet fisik menjadi dompet digital.

Model TAM memberikan gambaran niat pemakaian teknologi dari sisi fungsi alat tersebut, namun kurang memperhatikan sisi dinamis pemakainya seperti perilaku sosial (Taylor dan Todd, 1995). Pandangan ini membawa beberapa penelitian terkait adopsi teknologi yang memakai teori selain TAM untuk bisa melihat sisi penggunaannya, seperti penggunaan model *Social Cognitive Theory* (SCT). Model SCT menjelaskan tindakan dapat dipengaruhi lingkungan dan kepribadian (kognisi). Beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengetahui niat penggunaan *fintech* dengan model SCT seperti penelitian dari Hanafizadeh dkk (2014). Dalam penelitian ini menguji faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi internet *banking* di negara Iran dengan hasil dua faktor yang paling berpengaruh terhadap niat menggunakan internet *banking* berasal dari individunya, yaitu kesesuaian layanan dengan gaya hidup nasabah dan kepercayaan nasabah terhadap penyedia layanan perbankan. Penelitian lain dilakukan oleh Boateng dkk (2016) terhadap nasabah bank di Grana untuk melihat pengaruh Model SCT terhadap niat mengadopsi internet *banking*. Hasilnya, selain faktor gaya hidup dan kepercayaan, terdapat faktor sosial kognitif lain yaitu kesempatan berinteraksi situs web yang berpengaruh kuat terhadap niat mengadopsi internet *banking*.

Dari pemaparan yang telah disampaikan, peneliti tertarik untuk menguji faktor yang mempengaruhi niat kalangan muda mahasiswa untuk menggunakan Aplikasi Investasi Saham. Mengambil subjek mahasiswa, penelitian ini akan dilakukan terhadap mahasiswa di Fakultas Ekonomi di Daerah Istimewa

Yogyakarta. Dalam penelitian ini menggunakan kerangka utama TAM ditambah nilai-nilai sosial kognitif dari model SCT untuk memberikan indikator-indikator menurut fungsi teknologi sekaligus perspektif sosial individu penggunanya. Model TAM telah banyak digunakan untuk meneliti adopsi teknologi finansial seperti internet *banking*, dompet digital, dan teknologi investasi seperti saham. Penelitian menggunakan Model TAM menggunakan dua faktor utama yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan dalam melihat niat penggunaan teknologi telah dilakukan oleh Alaeddin dkk (2018); Mun dkk (2017); Patel dan Patel (2018); W. H. Wong dan Mo (2019). Perbedaan dalam penelitian ini akan ditambahkan variabel-variabel dari Model SCT mulai dari interaksi digital untuk mengukur apakah kesempatan berinteraksi di dalam teknologi dengan sesama pengguna akan mempengaruhi niat menggunakan teknologi tersebut seperti dalam penelitian Boateng dkk (2016) terhadap nasabah bank di Ghana. Faktor kepercayaan terhadap penyedia dan kesesuaian dengan gaya hidup juga dinilai penting menurut peneliti sebagai faktor sosial kognitif yang mempengaruhi penggunaan teknologi dan telah digunakan Hanafizadeh dkk (2014) dalam penelitiannya terhadap adopsi *mobile banking* di Iran. Dengan mengkombinasikan faktor-faktor yang telah disebutkan, penelitian ini diberikan judul “Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, dan Nilai - Nilai Sosial Kognitif Terhadap Niat Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Investasi Saham”.

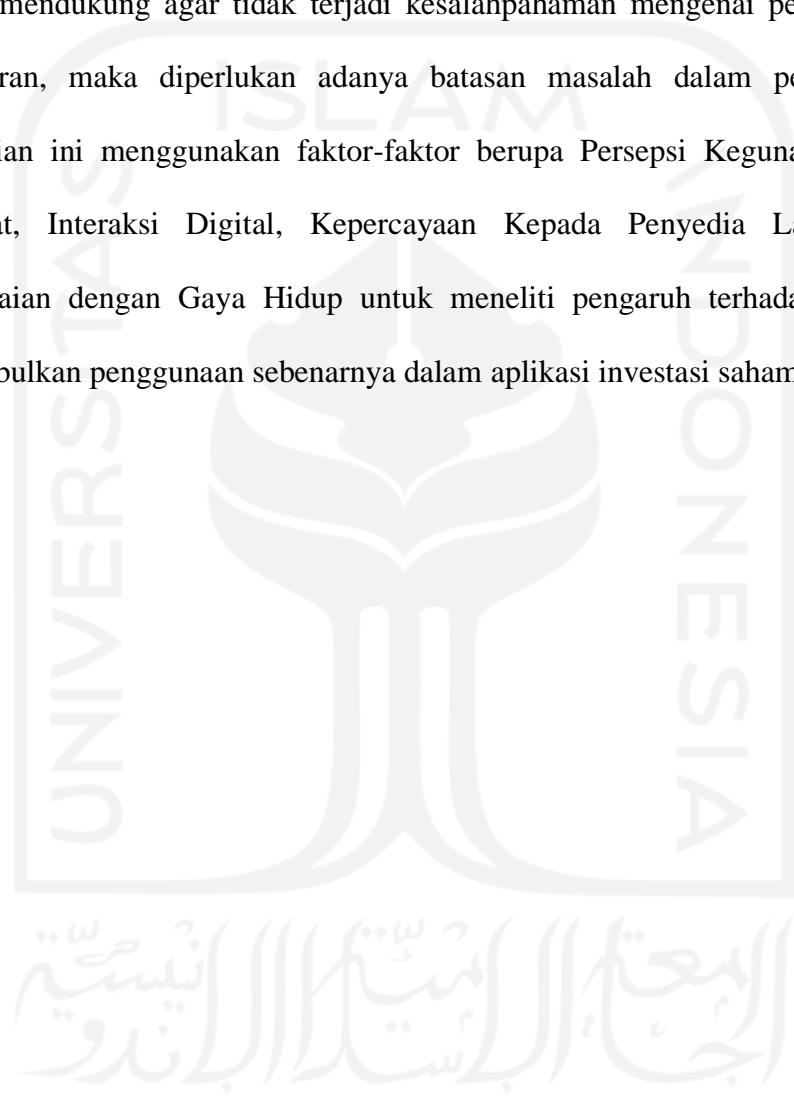
1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, permasalahan dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh persepsi kegunaan terhadap niat seseorang untuk menggunakan aplikasi investasi saham?
2. Apakah terdapat pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat seseorang untuk menggunakan aplikasi investasi saham?
3. Apakah terdapat pengaruh interaksi digital terhadap niat seseorang untuk menggunakan aplikasi investasi saham?
4. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan kepada penyedia terhadap niat seseorang untuk menggunakan aplikasi investasi saham?
5. Apakah terdapat pengaruh kesesuaian dengan gaya hidup terhadap niat seseorang untuk menggunakan aplikasi investasi saham?
6. Apakah terdapat pengaruh niat menggunakan terhadap penggunaan nyata dalam aplikasi investasi saham?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini berfokus kepada pembahasan berbagai macam faktor yang berpengaruh terhadap niat seseorang untuk menggunakan aplikasi investasi saham. Untuk mendukung agar tidak terjadi kesalahpahaman mengenai pengertian dan penafsiran, maka diperlukan adanya batasan masalah dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan faktor-faktor berupa Persepsi Kegunaan, Persepsi Manfaat, Interaksi Digital, Kepercayaan Kepada Penyedia Layanan, dan Kesesuaian dengan Gaya Hidup untuk meneliti pengaruh terhadap niat yang menimbulkan penggunaan sebenarnya dalam aplikasi investasi saham.



1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan terhadap niat seseorang untuk menggunakan aplikasi investasi saham.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat seseorang untuk menggunakan aplikasi investasi saham.
3. Untuk mengetahui pengaruh interaksi digital terhadap niat seseorang untuk menggunakan aplikasi investasi saham.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan kepada penyedia terhadap niat seseorang untuk menggunakan aplikasi investasi saham.
5. Untuk mengetahui pengaruh kesesuaian dengan gaya hidup terhadap niat seseorang untuk menggunakan aplikasi investasi saham.
6. Untuk mengetahui pengaruh niat menggunakan terhadap penggunaan nyata aplikasi investasi saham.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan mengenai teori-teori yang digunakan untuk perkembangan akademik dibidang teknologi informasi, serta memberikan kontribusi kajian mengenai aplikasi investasi saham di Indonesia.
 - b. Penelitian ini bermanfaat sebagai landasan bagi para peneliti lain dalam melakukan penelitian sejenis atau pengembangan dalam meneliti permasalahan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi investasi saham di masa yang akan datang.
2. Manfaat Praktis
 - a. Dalam Perusahaan Penyedia Layanan, diharapkan mampu mengembangkan dan berinovasi untuk memberikan layanan aplikasi investasi saham yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.
 - b. Dalam Lingkup Pengguna, diharapkan dengan penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan kesiapan investor maupun calon investor dalam menggunakan aplikasi investasi saham yang sesuai.

1.6 Sistematika Pembahasan

Penelitian ini terbagi atas lima bab yang disusun secara sistematis dengan rangkaian sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang landasan teori, kajian pustaka, penelitian terdahulu, dan uraian hipotesis yang akan diuji disertai kerangka model penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan mengenai metode penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel dan pengukuran variabel, dan metode analisis.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai hasil penelitian setelah data-data penelitian telah dikumpulkan, serta hasil pengujian dan pembahasan penelitian.

BAB V: PENUTUP

Bab ini membahas mengenai kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis dalam bab-bab sebelumnya, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian yang dirasakan peneliti, dan saran untuk peneliti selanjutnya.

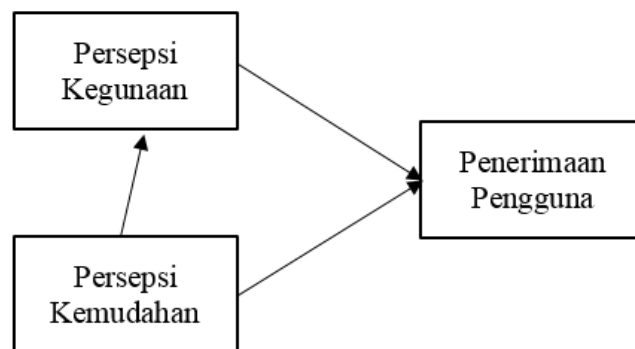
BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Bab ini akan menjelaskan landasan teori yang menjadi dasar mengenai permasalahan yang akan diteliti, penelitian terdahulu, hipotesis-hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini, serta kerangka penelitian.

2.1 Technology Acceptance Model (TAM)

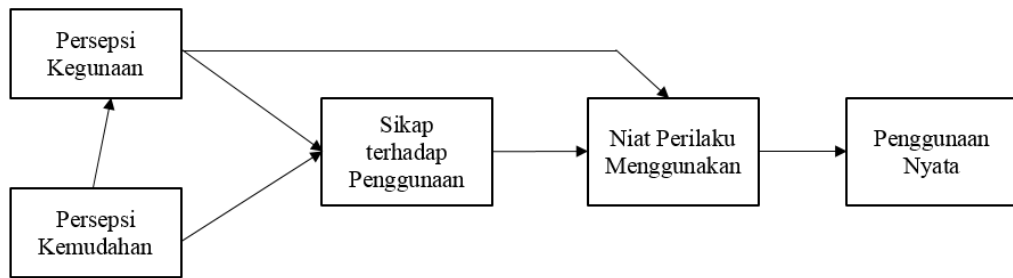
Technology Acceptance Model (TAM) diperkenalkan oleh Davis, (1989) sebagai ukuran valid dalam memprediksi penerimaan penggunaan teknologi. TAM menjawab permasalahan penilaian subjektif yang kurang valid dalam penelitian-penelitian terdahulu dalam mengukur penerimaan penggunaan teknologi. Riset dan studi yang dilakukan memvalidasi dua parameter baru yang menekankan penggunaan sistem yang dilaporkan pengguna yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan. Model TAM Davis (1989) dapat dilihat pada Gambar 2.1 berikut.



Gambar 2.1 Model TAM Davis (1989)

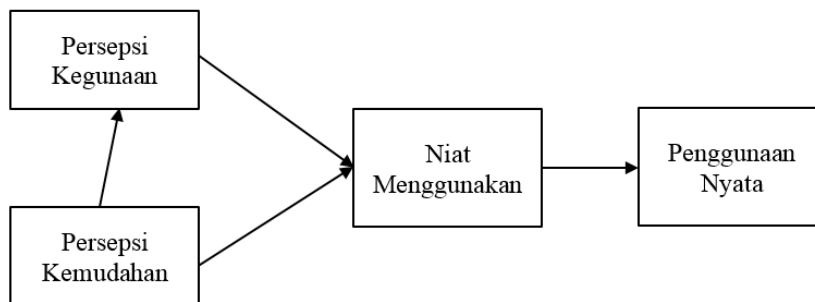
Menurut Davis (1989), persepsi Kegunaan mengacu kepada harapan individu untuk mendapat suatu hasil ketika mengadopsi suatu teknologi. Indikator utama kegunaan teknologi adalah hasil yang cepat dan efektif. Persepsi Kemudahan Menggunakan berorientasi kepada keyakinan individu bahwa suatu teknologi tidak menuntut kualifikasi pengguna yang tinggi dalam menjalankan. Tingkat kesulitan pembelajaran yang rendah dan kontrol yang mudah menjadi parameter utama suatu teknologi mudah untuk digunakan. Kedua indikator tersebut berpengaruh terhadap penerimaan seseorang menggunakan suatu teknologi. TAM Davis (1989) juga menjelaskan terdapat hubungan tidak langsung kemudahan terhadap kegunaan dimana efek dari kemudahan merupakan bagian dari manfaat penggunaan teknologi.

Penelitian penggunaan TAM dilanjutkan oleh Davis dkk (1989) yang mencoba mengukur penerimaan teknologi dari niat pengguna. Model ini mencoba mengembangkan model *Theory of Reasoned Action* (TRA) milik Fishbein dan Ajzen (1975) yang menjelaskan perilaku konsumen ditentukan oleh niat. Maka dari itu diadopsi sikap dalam penggunaan dan niat menggunakan dalam TAM sebagai perantara persepsi kegunaan terhadap penggunaan nyata (*actual use*), begitu juga persepsi kemudahan terhadap penggunaan nyata. Sikap dalam menggunakan yaitu sikap manusia terhadap penggunaan sebuah teknologi yang dapat digambarkan dalam penerimaan dan penolakan. Niat menjadi konstruksi TAM yang menggambarkan seberapa besar kemauan seseorang menggunakan teknologi. Model TAM yang dikembangkan tersebut dapat dilihat pada Gambar 2.2 berikut.



Gambar 2.2 Model TAM Davis dkk (1989)

Pada pengembangan Davis dkk (1989), juga menambahkan bahwa dalam kasus tertentu persepsi kegunaan dapat langsung membentuk niat menggunakan sistem tanpa melalui sikap terhadap penggunaan. Hal tersebut menjadi bahasan dalam pengembangan selanjutnya pada penelitian Davis dan Venkatesh, (1996). Dalam penelitian ini dihasilkan model yang tidak menggunakan konstruksi sikap terhadap penggunaan. Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan pengguna secara langsung berhubungan dengan niat untuk menggunakan teknologi yang pada akhirnya akan membentuk penggunaan sebenarnya. Penggunaan suatu teknologi sangat bergantung pada niat. Model pengembangan TAM ini dapat dilihat pada Gambar 2.3 berikut.



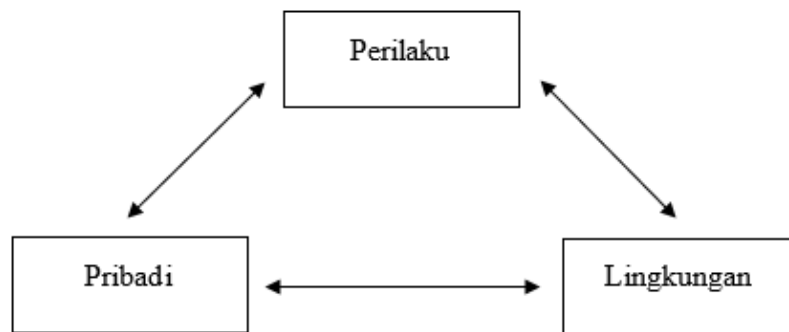
Gambar 2.3 Model TAM Davis dan Venkatesh (1996)

2.2 Social Cognitive Theory (SCT)

Social Cognitive Theory (SCT) diperkenalkan oleh Albert Bandura dalam bukunya yang berjudul *Social Foundations of Thought and Action*. Bandura, (1986) memberikan teori dalam bidang psikologi tentang proses belajar individu yang berasal dari pengaruh sosial seperti interaksi, timbal balik, lingkungan hidup, hingga sosial pribadi. SCT merupakan pengembangan dari *Social Learning Theory* (SLT) milik Bandura (1977) yang menjelaskan bahwa sebagai besar pembelajaran manusia dipengaruhi oleh mengamati, meniru, dan pemodelan, berbeda dengan ahli teori pembelajaran lainnya yang menekankan pengkondisian dan hukuman sebagai suatu unsur statis yang membentuk proses belajar manusia.

SCT mengembangkan SLT dengan memperluas bahasan pembelajaran sosial dengan unsur kognitif atau mental dan pikiran seseorang yang juga menjadi faktor dinamis untuk mempengaruhi tindakan. Menurut Bandura (1986), konstruk SCT dibangun oleh beberapa unsur seperti pembelajaran observasi menegaskan bahwa orang dapat menyaksikan dan mengamati perilaku orang lain, kemudian mengolah tindakan tersebut atau dikenal sebagai permodelan perilaku. Konstruk lainnya yaitu penguatan dan harapan. Penguatan merupakan hubungan timbal balik atau tanggapan dari perilaku seseorang. Sedangkan harapan adalah gambaran kejadian yang diinginkan individu tersebut, dimana konstruk ini dapat mempengaruhi keputusan berperilaku dengan mempertimbangkan konsekuensi. Kemudian SCT mengembangkan konstruk kepercayaan pribadi sebagai bentuk kognitif dalam diri seseorang yang dapat membangun keberhasilan suatu perilaku.

SCT digambarkan sebagai segitiga antara faktor-faktor yang saling berhubungan. Dalam segitiga tersebut terdapat komponen sosial eksternal dan internal yang terdiri dari faktor lingkungan dan pribadi. Faktor ini yang akan membentuk perilaku sebagai *output* dari sebuah pembelajaran. Bandura (1986) menjelaskan ketiga faktor ini dapat saling berkaitan untuk memperoleh tindakan (*interlocking*). Dimulai dari faktor pribadi yang berisikan pengalaman dapat memunculkan harapan, ditambah faktor lingkungan yang ditiru individu akan menghasilkan suatu perilaku. Model SCT dapat dilihat pada Gambar 2.4 berikut.



Gambar 2.4 Model SCT

Faktor pribadi atau biasa disebut faktor personal adalah dorongan-dorongan yang ada pada dalam individu itu sendiri mencakup sikap, pengetahuan, dan harapan (ekspektasi) yang dimiliki seseorang (Bandura, 1986). Dorongan personal ini dapat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh lingkungan sosial setiap individu. Seperti sikap seseorang sehari-hari biasanya mengikuti budaya sosial tempat dia tinggal, dan ketika sikap ini dibawa untuk berinteraksi di tempat lain, hal tersebut juga dapat mempengaruhi lingkungan sosial baru tempat terjadinya interaksi. Selain itu pengetahuan juga menjadi faktor pribadi yang mendorong perilaku dan dapat

mengubah suatu lingkungan. Pengetahuan didapatkan dari proses belajar, termasuk pembelajaran di sosial lingkungan. Menurut Bandura (1986), pengetahuan merupakan rekaman peristiwa dalam hidup yang dapat digunakan untuk pengaturan diri atas pikiran dan tindakan seseorang. Kemampuan dari pengetahuan dan pengalaman mempengaruhi individu untuk terlibat dalam suatu kejadian (Bandura, 1989). Faktor pribadi yang telah tertanam dalam diri seseorang dapat digunakan untuk memprediksi sebuah kejadian sehingga memunculkan harapan dari tindakan yang akan terjadi.

Faktor lingkungan merupakan pengaruh eksternal individu yang dapat mempengaruhi perilaku dan pribadi (Bandura, 1989). Bandura (1986) berpendapat bahwa mengamati dan meniru tindakan orang lain merupakan proses belajar seseorang membuat model tindakannya. Selain itu, perilaku seseorang juga dapat mempengaruhi respon sosial terhadapnya. Dengan begitu, hal ini juga berkaitan dengan kepribadian seseorang, sehingga membentuk sebuah setiga yang saling berhubungan. Bentuk dari faktor lingkungan meliputi norma sosial, akses ke komunitas, dan pengaruh teman sebaya (Bandura, 1991).

Perilaku merupakan hasil dari proses belajar eksternal lewat sosial lingkungan dan kemampuan personal seseorang yang dapat saling berhubungan timbal balik. Perilaku terdiri dari ketrampilan, efikasi diri, dan praktek seorang individu (Bandura, 1991). Ketrampilan merupakan hasil dari proses belajar dan pengetahuan yang dimiliki seseorang. Efikasi diri adalah keinginan percaya dengan kemampuan diri sendiri untuk sukses melaksanakan tindakan. Praktek adalah tindakan nyata setelah ada niatan yang dibangun seseorang.

2.3 Teknologi Finansial (Financial Technology)

Fintech merupakan program komputer yang digunakan untuk menjalankan dan mendukung layanan perbankan dan keuangan (European Banking Federation, 2018). Baik perangkat lunak maupun perangkat keras yang mengembangkan keuangan konvensional ke keuangan digital termasuk ke dalam teknologi finansial. Menurut Bank Indonesia (2017), teknologi finansial adalah penghasilan layanan, produk, dan/atau model bisnis baru dengan menggunakan kemampuan teknologi pada sektor keuangan yang dapat mempengaruhi stabilitas moneter dan berdampak pada proses efisiensi, kelancaran, dan keamanan suatu sistem pembayaran. Istilah *fintech* sering ditujukan kepada penyedia yang menawarkan teknologinya pada sistem keuangan (Saksonova dan Merlino, 2017). Menurut Knewtson dan Rosenbaum (2020), *fintech* adalah teknologi yang lebih canggih jika dibandingkan dengan teknologi di pasar tersebut untuk mengadakan produk atau layanan keuangan kepada pasar keuangan.

Fintech digolongkan sebagai *bleeding edge*, yaitu sebuah teknologi yang menggabungkan konsep terdepan dan manfaat penuh dengan konsekuensi peningkatan risiko dari kemajuan teknologi yang cepat (Knewtson dan Rosenbaum, 2020). Banyak inovasi telah dilakukan dalam *fintech*, dan menurut CIMB Niaga, (2020) terdapat tujuh kategori *fintech* yaitu:

1. Inovasi Keuangan Digital (IKD)

Merupakan Mekanisme pengujian platform *fintech* yang dalam bentuk proses bisnis, model bisnis, maupun instrumen keuangan. IKD dapat disebut sebagai barang setengah jadi yang tujuannya untuk menambah nilai baru bagi sektor

jasa keuangan dengan melibatkan ekosistem digital. Oleh karena itu, IKD tidak memiliki regulasi khusus sebelum teknologi ini diadaptasi ke sebuah layanan nantinya.

2. *Remittance*

Layanan digital untuk mengirim dan menerima uang dalam bentuk valuta asing dari negara lain yang akan dikonversikan dalam mata uang sesuai tempat tujuan pengiriman. Layanan ini berguna bagi kebutuhan transaksi luar negeri karena kemudahan dan kecepatannya. Di Indonesia layanan *remittance* banyak diselenggarakan oleh perusahaan perbankan.

3. *Payment System Digital*

Merupakan layanan keuangan yang membantu penyedia barang atau jasa mengelola transaksi dalam bisnisnya. Layanan ini biasanya menarik pasar usaha kecil menengah untuk mengembangkan cara transaksi mereka dengan bantuan teknologi. Contoh layanan ini di Indonesia adalah Payfazz.

4. *Equity Crowdfunding*

Platform digital yang menjadi alternatif investasi pasar modal. Menjadi perantara pengusaha yang membutuhkan modal dengan masyarakat yang ingin berinvestasi. Ekuitas yang dibeli dari pengusaha akan memiliki nilai seperti dalam pasar modal. Keuntungan didapat melalui bagi hasil atas laba yang diperoleh. Kriteria platform, investor, dan jumlah dana yang terkumpul diatur dalam peraturan OJK.

5. *E-Wallet*

Dompet digital untuk menyimpan dan mengatur uang penggunanya yang memberikan akses fleksibilitas penggunaan. *E-wallet* dijalankan berbasis server dan pengguna dapat mengaksesnya lewat media kartu maupun aplikasi yang dapat di unduh di ponsel pintar.

6. *P2P (Peer-to-Peer) Lending*

Penyedia jasa keuangan yang berperan sebagai perantara pemberi pinjaman dan peminjam baik atas nama individu maupun institusi. *P2P Lending* menyediakan kebutuhan pinjaman baik untuk keperluan konsumtif maupun produktif.

7. Investasi

Layanan digital yang membantu orang untuk melakukan transaksi investasi. Akses yang ditawarkan mulai dari kebutuhan informasi sampai transaksi jual beli. Instrumen investasi yang populer di Indonesia antara lain emas, reksa dana, dan pasar modal atau saham. Investasi saham mengalami pertumbuhan signifikan di Indonesia. Menurut KSEI (2021), kepemilikan SID pasar modal naik 56,21% pada tahun 2020 dengan total 3,9 juta pemilik.

2.4 Aplikasi Investasi Saham

Aplikasi investasi saham merupakan alat transaksi efek di pasar modal yang bekerja menggunakan sistem daring atau biasa dikenal sebagai *online trading* (Manuel, 2019). Aplikasi investasi saham menjadi inovasi lanjutan setelah berkembangnya jual beli saham secara daring dimana investor tidak perlu datang langsung ke broker. Dengan memanfaatkan perkembangan pesat dari teknologi

ponsel pintar, jual beli saham secara daring dapat dilakukan lewat aplikasi di dalamnya yang memberikan banyak keuntungan lagi seperti fleksibilitas dan tampilan yang lebih baik. Aplikasi investasi saham menurut Balasubramanian dkk (2003) juga diartikan sebagai sebuah broker *online* (*e-brokerages*). Aplikasi saham menjadi pihak ketiga virtual yang menggantikan fungsi broker konvensional. Dengan adanya aplikasi saham, investor tidak perlu datang langsung ke kantor sekuritas karena cukup terhubung dengan internet dan menggunakan aplikasi yang disediakan untuk bertransaksi.

Menurut Smith dan Grabosky (2001), mekanisme kerja aplikasi investasi saham memungkinkan investor mendapatkan informasi lebih cepat dibandingkan terbitan koran dan komunikasi telepon dari sekuritas penyedia layanan pasar modal. Investor yang berinvestasi lewat sekuritas yang mempunyai layanan aplikasi diberikan akses *real-time* untuk memantau harga saham yang beredar, jumlah penawaran dan permintaan pembelian saham, hingga kondisi portofolio masing-masing. Perusahaan sekuritas adalah perantara sistem perdagangan bursa yang dibuat oleh bursa efek setiap negara. Perusahaan sekuritas memberikan informasi perdagangan bursa tersebut ke investor dan menerima timbal balik berupa transaksi jual beli oleh investor yang akan di proses kembali ke sistem perdagangan bursa. Aplikasi investasi saham masuk sebagai layanan aplikasi yang dimiliki sekuritas untuk menyediakan informasi pergerakan nilai saham sampai ke statistik historis rasio dan volume sebuah emiten. Kecepatan memperoleh informasi dan hilangnya biaya untuk memperoleh informasi tersebut menjadikan teknologi aplikasi investasi saham sebuah layanan yang dipertimbangkan sekuritas investasi saham.

Aplikasi investasi saham mengurangi biaya -biaya yang perlu dikeluarkan oleh investor seperti biaya komisi broker (Hong, 2000). Aplikasi investasi saham juga membawa revolusi untuk berkomunikasi dengan investor lainnya baik yang pemula maupun profesional dalam sebuah forum digital yang berpotensi mengurangi kesenjangan akses informasi yang dapat menghambat kondisi pasar yang ideal (Smith dan Grabosky, 2001). Selain biaya yang rendah, kenyamanan transaksi dan akses penuh untuk mengelola investasi yang dimiliki menjadi motivasi orang menggunakan investasi *online* (Konana dan Balasubramanian, 2005). Inovasi akses dan alat perdagangan yang lebih canggih akan membuat investor ritel lebih aktif bertransaksi saham daring (Oxford Analytica, 2021).

Di Indonesia terdapat 95 sekuritas yang menjadi perantara penjualan efek saham berizin resmi (*IDX Statistics 2020, 2021*). Dari sekuritas-sekuritas tersebut sebagian telah mengadakan layanan aplikasi investasi *online* untuk bertransaksi saham. Menurut IDX Channel (2021), terdapat beberapa aplikasi saham yang populer di Indonesia antara lain IPOT (Indo Premier Online Technology), Stockbit, MOST Mandiri, dan Ajaib Sekuritas.

2.5 Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Teknologi Finansial

2.5.1 Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Davis, (1989) mendefinisikan persepsi kegunaan sebagai teknologi yang dapat memberikan pengaruh baik pada kerja seseorang. Pengaruh tersebut berupa peningkatan kecepatan, mempermudah pekerjaan, dan memberikan hasil yang lebih efektif. Persepsi kegunaan melihat kelayakan fungsi dari teknologi untuk digunakan

dalam membantu kerja seseorang. Ketika fungsi sebuah teknologi tidak sesuai dengan kebutuhan kerja, maka teknologi tersebut tidak layak untuk aplikasikan.

Menurut Turner dkk (2010), persepsi kegunaan ditekankan pada kemampuan menunjang produktivitas. Ketika pengguna merasakan kerja yang lebih produktif ketika dibantu dengan teknologi, hal itu berarti teknologi tersebut memiliki kegunaan. Selain itu, waktu penyelesaian pekerjaan yang lebih singkat juga menjadi karakteristik sebuah teknologi memiliki kegunaan.

Niat penggunaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dari teknologi tersebut (Davis dan Venkatesh 1996). Hubungan yang signifikan terjadi antara persepsi kegunaan dengan niat menggunakan pada teknologi WordPerfect dan Lotus yang diuji. Hal ini semakin mendukung persepsi kegunaan dari Davis (1989) sebagai ukuran valid penggunaan teknologi. Pengujian niat menggunakan juga telah dilakukan terhadap teknologi finansial seperti aplikasi *Mobile Payment*. Dalam penelitian Mun dkk (2017), persepsi kegunaan memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap niat menggunakan layanan pembayaran digital. Hal yang sama ditunjukkan dalam penelitian Alaeddin dkk (2018) yang menguji niat adopsi pembayaran ke dompet digital.

2.5.2 Persepsi Kemudahan (*Perceived Easy to Use*)

Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan sebagai tingkatan dimana sebuah teknologi dapat dengan mudah diaplikasikan. Sebuah teknologi dapat dikategorikan mudah ketika pengguna cepat mempelajari, mudah untuk dikendalikan, sehingga pengguna dapat mahir menggunakan teknologi tersebut. Pendapat lain tentang prinsip kemudahan penggunaan adalah sejauh mana

seseorang percaya suatu teknologi yang dipakai bebas dari usaha lebih (Jogiyanto, 2007). Dari definisi-definisi tersebut, persepsi kemudahan dapat artikan sebagai kepercayaan seseorang dalam menerapkan teknologi yang akan meringankan usaha seseorang dan mudah dalam memahaminya.

Niat penggunaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dari teknologi tersebut (Davis dan Venkatesh 1996). Hubungan yang signifikan sama terjadinya dalam persepsi kegunaan di penelitian ini ketika menguji teknologi aplikasi pengolah kata yaitu WordPerfect dan Lotus. Hal ini juga semakin menciptakan ukuran valid yaitu persepsi kemudahan dalam penerimaan teknologi dari penelitian Davis (1989).

Berkaitan dengan penggunaan teknologi finansial, penelitian terhadap fitur internet banking milik perbankan telah dilakukan untuk membuktikan persepsi kemudahan terhadap niat penggunaan. Dalam penelitian Patel dan Patel (2018), diketahui pengujian niat adopsi internet banking di Gujarat, persepsi kemudahan memiliki dampak positif signifikan terhadap niat adopsi tersebut. Meskipun nilai signifikasinya berada dibawah persepsi kegunaan yang juga di uji dalam penelitian tersebut, sama halnya dengan penelitian Davis (1989) yang telah memvalidasi teori TAM.

2.5.3 Interaksi Digital

Dalam Bandura (1986), faktor lingkungan menjadi salah satu komponen yang berpengaruh terhadap perilaku individu. Menurut Barnett dan Casper (dalam Boateng dkk 2016) lingkungan terbagi ke dalam dua jenis yaitu lingkungan fisik dan lingkungan sosial. Lingkungan fisik digambarkan sebagai benda-benda alami

maupun buatan manusia yang ada di sekitar individu. Sedangkan lingkungan sosial meliputi budaya dan hubungan sosial dimana sekelompok individu berkumpul dan berinteraksi. Di dalam era digital sekarang ini, lingkungan sosial telah dikonseptualisasikan untuk mencakup dunia nyata yaitu tempat kita hidup secara fisik dan dunia maya dimana kita dapat berkomunikasi secara tidak langsung lewat media digital (Narayan, 2013). Lingkungan sosial dalam dunia maya memungkinkan kita untuk berinteraksi dan mendapatkan hubungan timbal balik antar sesama orang yang dihubungkan lewat sebuah jaringan seperti internet.

Dalam penelitian Boateng dkk (2016), lingkungan sosial yang dibentuk layanan internet banking di Ghana terjadi dalam platform fitur sosial web. Fitur sosial web dijelaskan sebagai media yang memungkinkan pelanggan berinteraksi dan berbagi pengalaman dengan sesama pengguna internet banking tersebut. Melihat layanan untuk berinteraksi dalam Aplikasi investasi saham yang ada di Indonesia, maka peneliti menyesuaikan fitur sosial web menjadi interaksi digital.

Interaksi digital menurut Xiao (2018) adalah penggunaan teknologi untuk berkomunikasi yang menjadi alternatif interaksi sosial konvensional. Interaksi digital mengubah bentuk dan pola komunikasi seseorang sehingga komunikasi tidak langsung dapat berjalan dengan lebih cepat. Interaksi digital ketika menggunakan aplikasi investasi saham diartikan sebagai peluang sesama pengguna aplikasi untuk saling berkomunikasi lewat sebuah jaringan. Para pengguna dapat berbagi pendapat serta pengalaman terkait investasi saham dari jarak yang jauh tanpa harus bertatap muka secara langsung. Ada beragam media yang digunakan untuk berinteraksi dengan sesama pengguna aplikasi saham di Indonesia, salah

satunya adalah fitur sosial dalam aplikasi. Fitur sosial merupakan alat dalam sebuah platform digital yang dirancang demi memenuhi keperluan interaksi antar pelanggan dalam satu tempat untuk saling berbagi pendapat dan pengalaman terkait suatu bahasan (Alhudaithy dan Kitchen, 2009). Fitur sosial disediakan oleh beberapa aplikasi investasi saham di Indonesia, diantaranya adalah fitur *Stream* pada aplikasi Stockbit. Media interaksi lainnya dapat berupa Grup *Chatting* lewat beberapa sosial media yang dapat dikelola Sekuritas maupun komunitas pengguna aplikasi tersebut. Contohnya dalam aplikasi IPOT menggunakan grup Telegram sebagai media interaksi komunitas pengguna aplikasi tersebut.

Bandura (1986) menjelaskan bahwa adanya faktor lingkungan dapat memicu perilaku seseorang. Boateng dkk (2016) menyatakan niat adopsi teknologi tertentu akan dipengaruhi oleh perkembangan lingkungan sosial, keyakinan tentang apa yang dapat ditawarkan oleh teknologi tersebut menjadi motivasi untuk menggunakan. Dari sini, adanya kesempatan berinteraksi dalam teknologi sebagai bagian dari faktor lingkungan sosial mempengaruhi niat seseorang menggunakan teknologi. Hasil penelitian Boateng dkk (2016) terhadap pengguna teknologi finansial berupa internet *banking* menyatakan bahwa adanya pengaruh layanan kesempatan berinteraksi yang ditawarkan terhadap niat adopsi internet *banking*.

2.5.4 Kepercayaan Kepada Penyedia (*Trust*)

Dalam SCT Bandura (1986), harapan merupakan gambaran keinginan individu berdasarkan faktor pribadi yaitu pengetahuan yang bisa didapatkan lewat lingkungan sosial. Harapan membawa pengaruh kepada perilaku yang akan diambil

individu. Kepercayaan kepada penyedia diartikan sebagai harapan keberhasilan penyedia layanan teknologi dalam memfasilitasi penggunaannya. Jika digambarkan dalam pola SCT Bandura (1986), proses diawali dengan memahami penyedia layanan yang akan digunakan dan menghasilkan pengetahuan. Pengetahuan sebagai faktor pribadi akan memunculkan ekspektasi baik atau buruk terhadap penyedia layanan, yang selanjutnya menjadi keputusan niat perilaku untuk menerima atau menolak suatu teknologi.

Kepercayaan dalam konteks sosial juga dapat diartikan sebagai ketergantungan karena adanya rasa membutuhkan antara orang-orang, oleh sebab itu timbul konstruksi nilai yang mencerminkan komitmen bersama (Wu dkk., 2021). Menurut Lee dkk (2011), Kepercayaan dikatakan membantu menata hubungan sosial antara orang-orang dan mengurangi ketidakpastian tindakan manusia dalam konteks tertentu. Karena teknologi cenderung memberikan sebuah inovasi, maka pengguna akan menuntut kredibilitas dari penyedia layanan tersebut (Chai dan Kim, 2010). Kepercayaan terhadap penyedia berusaha mengukur seberapa yakinnya pengguna terhadap penyedia layanan yang membawa inovasi layanan teknologi.

Harapan positif terhadap penyedia layanan akan mendorong kepercayaan. Kepercayaan terhadap penyedia akan mendorong niat untuk menggunakan. Dalam penelitian Hajiyev (2017) menguji kepercayaan kepada penyedia terhadap niat menggunakan teknologi finansial yaitu *mobile banking*. Penelitian dilakukan pada dua tempat yaitu Turkey dan Azerbaijan yang memberikan hasil adanya pengaruh

kepercayaan kepada penyedia terhadap niat menggunakan layanan teknologi finansial tersebut.

2.5.5 Kesesuaian Dengan Gaya Hidup

Faktor pribadi dikatakan sebagai kunci sebuah tindakan manusia dalam model SCT (Bandura, 1986). Faktor pribadi mengambil peran pengambil keputusan dalam diri seseorang setelah menilai lingkungan, menyesuaikan sikap, dan mengukur kemungkinan dengan pengetahuan yang dimiliki. Dari situ akan muncul ekspektasi terhadap sebuah tindakan yang akan dilakukan. Lerner (1982) berpendapat bahwa faktor pribadi yang bisa menggambarkan perilaku seseorang meliputi tingkat usia, jenis kelamin, dan juga gaya hidup individu tersebut. Gaya hidup dikategorikan sebagai faktor pribadi karena melekat dalam diri seseorang sebagai sebuah kepribadian. Gaya hidup sendiri merupakan bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (beraktivitas). Karena konteksnya berhubungan dengan kehidupan, gaya hidup mencakup semua kehidupan yang dilalui individu baik dari pekerjaan, hobi, kegiatan sosial, minat, respon terhadap kejadian-kejadian yang mereka lalui, dan banyak lagi aspek-aspek kehidupan (Luthfianto, 2017).

Kesesuaian mengarah pada anggapan suatu kejadian yang diberikan relevan dengan kondisi hidup pengguna. Menurut Mauro C. Hernandez & Afonso Mazzon (2007), kesesuaian adalah sejauh mana pengguna memandang bahwa teknologi cocok terhadap cara berfikir, bertindak, dan menjalani hidup mereka. Dari definisi gaya hidup dan kesesuaian, hubungan yang sesuai antara keseharian seseorang dengan tindakan yang akan diambil adalah arti dari kesesuaian dengan gaya hidup.

Menurut Bandura (1986) faktor pribadi dapat memicu perilaku seseorang. Oleh karena itu gaya hidup yang sesuai dengan teknologi yang akan diadopsi dapat memicu niat seseorang menggunakan teknologi tersebut. Kesesuaian dengan gaya hidup terhadap niat menggunakan teknologi finansial telah diuji dalam penelitian Hanafizadeh dkk., (2014). Dalam penelitian tersebut berhasil menguji adanya hubungan kuat antara kesesuaian gaya hidup terhadap niat menggunakan layanan *mobile banking* milik perbankan.

2.6 Pengaruh Niat Menggunakan terhadap Penggunaan Nyata

Perkembangan TAM mengadopsi TRA bahwa terdapat niat penggunaan sebelum penggunaan yang sebenarnya telah diterapkan dalam penelitian (Davis dan Venkatesh, 1996). Dalam penelitian tersebut penggunaan nyata sebuah teknologi ditentukan atas niatan orang tersebut untuk menggunakannya. Niat didefinisikan sebagai pemikiran individu sebelum melakukan suatu tindakan yang bisa dijadikan dasar dalam memprediksi tindakan yang nantinya akan dijalankan individu tersebut (Fishbein dan Ajzen, 1975). Penggunaan nyata merupakan tindakan pengaplikasian sistem yang sudah benar-benar dilakukan oleh individu (Davis dkk., 1989)

Dalam penggunaan teknologi finansial, niat penggunaan terhadap penggunaan nyata telah diuji dalam penelitian Sharma dan Sharma (2019). Pengujian terhadap layanan *mobile banking* dilakukan dan membuktikan adanya hubungan niat penggunaan terhadap penggunaan yang sebenarnya yang mendorong adopsi teknologi finansial.

2.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu telah mengkaji berbagai faktor yang mempengaruhi penggunaan teknologi finansial. Untuk mendukung hipotesis dalam penelitian ini, akan diuraikan beberapa studi yang relevan seperti yang disajikan pada Tabel 2.1 berikut ini.



Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Mun dkk., (2017)	<i>Millennials' Perception on Mobile Payment Services in Malaysia</i>	Independen: <ul style="list-style-type: none"> • Persepsi Manfaat • Persepsi Kemudahan • Persepsi Kredibilitas • Pengaruh Sosial Dependen: <ul style="list-style-type: none"> • Niat menggunakan pembayaran seluler 	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi Manfaat ,Persepsi Kemudahan, Persepsi Kredibilitas, dan Pengaruh Sosial berpengaruh signifikan positif terhadap niat konsumen untuk menggunakan layanan pembayaran digital
2.	Patel dan Patel, (2018)	<i>Adoption of internet banking services in Gujarat: An extension of TAM with perceived security and social influence</i>	Independen: <ul style="list-style-type: none"> • Persepsi Manfaat • Persepsi Kemudahan • Persepsi Keamanan • Pengaruh Sosial Dependen: <ul style="list-style-type: none"> • Niat menggunakan internet banking 	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi Keamanan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Pengaruh Sosial memiliki pengaruh positif signifikan sebagai penentu niat pelanggan untuk menggunakan layanan internet banking

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (lanjutan)

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
3.	Alaeddin dkk., (2018)	<i>From physical to digital: Investigating consumer behaviour of switching to mobile wallet</i>	Independen: <ul style="list-style-type: none"> • Persepsi Manfaat • Persepsi Kemudahan • Persepsi Risiko Dependen: <ul style="list-style-type: none"> • Sikap terhadap Peralihan • Sikap untuk mengganti 	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap sikap mengganti dompet fisik ke dompet digital, lalu Sikap mengganti berpengaruh positif terhadap niat untuk beralih ke dompet seluler • Persepsi Resiko berpengaruh negatif terhadap sikap mengganti ke dompet digital
4.	W. H. Wong dan Mo, (2019)	<i>A Study of Consumer Intention of Mobile Payment in Hong Kong, Based on Perceived Risk, Perceived Trust, Perceived Security and Technological Acceptance Model</i>	Independen: <ul style="list-style-type: none"> • Persepsi Manfaat • Persepsi Kemudahan • Persepsi Resiko • Persepsi Keamanan • Persepsi Kepercayaan Dependen: <ul style="list-style-type: none"> • Niat menggunakan 	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Keamanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat untuk menggunakan pembayaran seluler • Persepsi Resiko berpengaruh negatif terhadap niat konsumen untuk menggunakan layanan pembayaran seluler

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (lanjutan)

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
5.	Denaputri dan Usman, (2020)	<i>Customers' Trust and Technology Acceptance Model on Online Purchase Intention</i>	Independen: <ul style="list-style-type: none"> • Persepsi Manfaat • Persepsi Kemudahan • Persepsi Keamanan • Persepsi Kepercayaan Dependen: <ul style="list-style-type: none"> • Niat untuk menggunakan 	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan berpengaruh positif secara signifikan terhadap niat pelanggan untuk menggunakan pembayaran seluler
6.	Hanafizadeh dkk., (2014)	<i>Mobile-banking adoption by Iranian bank clients</i>	Independen: <ul style="list-style-type: none"> • Persepsi Kegunaan • Persepsi Kemudahan • Kepercayaan • Biaya Penggunaan • Persepsi Risiko • Kebutuhan Interaksi • Kredibilitas • Kesesuaian Gaya Hidup Dependen: <ul style="list-style-type: none"> • Niat untuk menggunakan 	<ul style="list-style-type: none"> • Kesesuaian dengan Gaya Hidup menjadi faktor yang paling berpengaruh positif dalam niat menggunakan <i>mobile banking</i>, diikuti dengan kepercayaan, kegunaan, kredibilitas, dan kemudahan • Sedangkan Persepsi Risiko, Biaya, dan Kebutuhan Interaksi dengan penyedia layanan berpengaruh negatif terhadap niat adopsi <i>mobile banking</i>

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (lanjutan)

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
7.	Boateng dkk., (2016)	<i>Assessing the determinants of internet banking adoption intentions: A social cognitive theory perspective</i>	Independen: <ul style="list-style-type: none"> • Fitur Sosial Web • Kepercayaan • Kompatibilitas dengan Gaya Hidup • Layanan Pelanggan Online • Kemudahan Penggunaan Moderasi: <ul style="list-style-type: none"> • Perangkat Internet Dependen: <ul style="list-style-type: none"> • Niat menggunakan 	<ul style="list-style-type: none"> • Fitur situs web, kepercayaan, kompatibilitas dengan gaya hidup, dan layanan pelanggan <i>online</i> memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap niat pelanggan untuk mengadopsi internet <i>banking</i> • kemudahan penggunaan terhadap niat nasabah untuk mengadopsi internet <i>banking</i> memiliki hubungan positif namun tidak signifikan • Perangkat internet memoderasi hubungan fitur sosial, gaya hidup, dan layanan pelanggan <i>online</i> terhadap niat menggunakan. Namun tidak memoderasi hubungan kepercayaan dan kemudahan terhadap niat menggunakan
8.	Shaikh dkk., (2020)	<i>Acceptance of Islamic financial technology (FinTech) banking services by Malaysian users: an extension of technology acceptance model</i>	Independen: <ul style="list-style-type: none"> • Persepsi Kegunaan • Persepsi Kemudahan • Inovasi • Efikasi Diri • Norma Subjektif Dependen: <ul style="list-style-type: none"> • Penerimaan <i>fintech</i> syariah 	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Inovasi berpengaruh positif terhadap penerimaan <i>fintech</i> syariah • Efikasi Diri dan Norma Subjektif tidak memiliki pengaruh terhadap penerimaan <i>fintech</i> syariah

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (lanjutan)

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
9.	Hajiyev, (2017)	<i>Gen Y members' mobile banking adoption intention and actual use in azerbaijan and turkey: the technology acceptance model and social cognitive theory approach</i>	Independen: <ul style="list-style-type: none"> • Persepsi Kegunaan • Persepsi Kemudahan • Fitur Sosial • Kepercayaan • Kesesuaian Gaya Hidup • Layanan Pelanggan Online Dependen: <ul style="list-style-type: none"> • Niat adopsi • Penggunaan sebenarnya 	<ul style="list-style-type: none"> • Di Turkey Persepsi Kemudahan, Fitur Sosial, Kepercayaan, Kesesuaian Gaya Hidup, dan Layanan Pelanggan Online berpengaruh positif signifikan terhadap niat adopsi. Sedangkan Persepsi Kegunaan berpengaruh positif tidak signifikan • Di Azerbaijan Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Kesesuaian Gaya Hidup, dan Layanan Pelanggan Online berpengaruh positif signifikan terhadap niat mengadopsi. Sedangkan Fitur Sosial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap niat adopsi mobile banking • Niat adopsi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap penggunaan sebenarnya di Turkey maupun Azerbaijan
10.	Sarmah dkk., (2021)	<i>Understanding intentions and actual use of mobile wallets by millennial: an extended TAM model perspective</i>	Independen: <ul style="list-style-type: none"> • Persepsi Kegunaan • Persepsi Kemudahan • Kepercayaan Dependen: <ul style="list-style-type: none"> • Niat Menggunakan • Perilaku Menggunakan 	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi kemudahan dan kepercayaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat menggunakan dompet digital. Persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif yang tidak signifikan terhadap niat menggunakan dompet digital. • Niat menggunakan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap perilaku menggunakan dompet digital.

2.8 Hipotesis Penelitian

Dalam penelitian ini diimplementasikan model penelitian dengan dasar teori TAM ditambah dengan beberapa nilai SCT sebagai faktor yang diduga mendorong individu dalam menggunakan suatu sistem. Pengembangan hipotesa akan diuraikan sebagai berikut:

2.8.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham

Persepsi kegunaan adalah sejauh mana orang mempercayai penggunaan suatu sistem akan mendorong kinerja pengguna (Bandura, 1989). Kegunaan dinilai sebagai pandangan subjektif ketika menggunakan teknologi mendatangkan manfaat dan menyelesaikan tugas tertentu (Guriting dan Oly Ndubisi, 2006). Dengan begitu, kecenderungan orang dalam menerima atau menolak suatu aplikasi bergantung kepada apakah aplikasi tersebut dapat membantu mengerjakan pekerjaan dengan lebih baik. Dalam kegiatan investasi saham secara daring, nilai kegunaan adalah sejauh mana orang percaya bahwa layanan aplikasi saham dapat membuat proses transaksi saham lebih fleksibel terhadap waktu (Dahlan, 2016).

Pengujian faktor persepsi kegunaan terhadap niat menggunakan teknologi telah dilakukan dalam beberapa penelitian seperti Mun dkk (2017) dan Alaeddin dkk (2018) dengan objek penelitian dompet digital. Dalam penelitian tersebut menyimpulkan bahwa persepsi kegunaan teknologi berpengaruh signifikan positif terhadap niat menggunakan dan mengadopsi. Namun dalam penelitian Sarmah dkk (2021) persepsi kegunaan terhadap niat penggunaan dompet digital memiliki

pengaruh yang tidak signifikan meskipun tetap berpengaruh positif. Penelitian kegunaan terhadap niat adopsi teknologi perbankan yaitu internet banking juga telah dilakukan dan menghasilkan kesimpulan bahwa niat adopsi layanan perbankan ini dipengaruhi oleh kegunaan menurut Hanafizadeh dkk (2014).

Penelitian yang menggunakan objek layanan investasi saham *online* dilakukan oleh Riyadi (2016) dan Dahlan (2016) menyebutkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan layanan investasi tersebut. Berdasarkan pemaparan yang telah disajikan diatas, maka diajukan hipotesis sebagai berikut.

H1 : Persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan aplikasi investasi saham

2.8.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham

Sejauh mana sebuah sistem dapat digunakan bebas dari upaya merupakan arti dari persepsi kemudahan (Davis, 1989). Menurut Consult (2002), inovasi dinilai mudah digunakan ketika pengguna dapat bebas bereksperimen dengan hal tersebut tanpa kendala pemahaman yang berarti. Penelitian dari Ramayah dkk., (2009) terhadap perdagangan saham secara daring berpendapat bahwa kemudahan dalam investasi saham secara daring adalah dimana layanan yang difasilitasi dapat memberikan tampilan dan alat yang cepat dipahami oleh investornya. Ketika investor mengadopsi layanan perdagangan saham daring banyak perubahan yang akan terjadi kepada cara mereka berinvestasi dikarenakan keuntungan seperti fleksibilitas dan akses 24 jam. Oleh karena itu titik dimana inovasi layanan ini

mudah dipahami, dipelajari, dan digunakan merupakan kemudahan dari perdagangan saham secara daring.

Penelitian tentang pengaruh persepsi kemudahan terhadap niat penggunaan teknologi telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Seperti penelitian Echchabi, (2011) terhadap layanan perbankan digital di Morocco yang menyimpulkan kemudahan penggunaan fasilitas teknologi daring menarik minat untuk menggunakan fasilitas tersebut. Hew et al (2015) yang menguji aplikasi seluler memberikan hasil bahwa aplikasi yang mudah digunakan akan menarik konsumen untuk memakainya karena harapan yang tinggi dari konsumen untuk segera mahir menggunakan aplikasi tersebut. Persepsi kemudahan berpengaruh baik terhadap niat penggunaan teknologi juga ditunjukkan dalam penelitian Lai et al (2010) pada layanan internet banking yang juga menekankan dibutuhkannya desain aplikasi yang sesuai kebutuhan pengguna agar lebih mudah dilihat dan cepat akrab terhadap layanan tersebut. Berdasarkan temuan yang diperoleh dari penelitian di atas, maka diajukan hipotesis sebagai berikut.

H2 : Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan aplikasi investasi saham

2.8.3 Pengaruh Interaksi Digital terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham

Faktor lingkungan mempengaruhi keputusan perilaku dan pribadi individu (Bandura, 1986). Lingkungan sendiri terbagi menjadi lingkungan fisik dan lingkungan sosial. Lingkungan sosial merupakan budaya dan interaksi yang ada dalam suatu kelompok. Telah dipaparkan sebelumnya bahwa saat ini lingkungan

dapat berbentuk virtual dalam dunia maya (Narayan., 2013). Oleh karena itu layanan komunikasi yang digunakan untuk berinteraksi merupakan lingkungan sosial dalam bentuk virtual.

Interaksi digital bagi pengguna aplikasi investasi saham adalah peluang menggunakan layanan untuk bersosialisasi dengan sesama investor. Investor dapat bertukar informasi dan pengalaman seputar investasi saham dengan mudah lewat layanan digital yang disediakan di dalam aplikasi tersebut, maupun layanan di luar seperti grup *chatting* di sosial media. Interaksi digital bagi pengguna aplikasi investasi saham dinilai dapat menarik minat orang untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Dalam penelitian Boateng dkk (2016), telah membuktikan pengaruh pada platform internet *banking* dengan fitur sosial memungkinkan pelanggan untuk berinteraksi satu sama lain secara *online* memberikan dampak positif terhadap niat nasabah untuk menggunakan layanan perbankan tersebut. Penelitian lain juga dilakukan oleh Hajiyev (2017) yang menentukan niat adopsi *mobile banking* di negara Turkey dan Azerbaijan. Di Turkey dengan adanya fitur sosial sebagai bentuk interaksi digital antar pelanggan dapat menarik niat nasabah secara signifikan untuk menggunakan *mobile banking*. Namun di Azerbaijan fitur sosial kurang berpengaruh kepada niat menggunakan *mobile banking* oleh nasabah. Berdasarkan temuan yang kurang konsisten diatas, maka diajukan hipotesis sebagai berikut.

H3 : Interaksi digital berpengaruh positif terhadap niat menggunakan aplikasi investasi saham

2.8.4 Pengaruh Kepercayaan Kepada Penyedia terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham

Pelajaran dari lingkungan sosial dengan mengamati orang lain dan faktor pengetahuan yang dimiliki individu dapat memunculkan harapan yang akan menuju ke perilaku individu tersebut (Bandura, 1986). Harapan menjadi bentuk kepercayaan kepada kondisi tertentu dan kepada orang lain. Kepercayaan dalam dunia internet menurut Bashir dan Madhavaiah (2015) merupakan keyakinan akan terjaminnya konsumen atas jasa-jasa yang diberikan penyedia layanan melalui internet.

Kepercayaan menjadi isu yang penting untuk diperhatikan dalam lingkungan sosial yang melibatkan manusia dan teknologi (Todd, 1998). Dalam layanan aplikasi investasi saham, kepercayaan terhadap penyedia menjadi aspek yang perlu dipertimbangkan mengingat investasi saham juga memiliki risiko yang tinggi. Oleh karena itu perusahaan sekuritas yang baik dapat memberikan akses yang aman, perlindungan transaksi jual beli, dan menjaga privasi milik investor saat memakai layanan yang mereka berikan.

Penelitian terhadap kepercayaan penyedia layanan teknologi finansial telah dilaksanakan dalam platform seperti internet *banking*. Dalam penelitian Hanafizadeh dkk (2014) terhadap adopsi internet *banking* di Iran memberikan hasil pengaruh positif yang tinggi antara kepercayaan pengguna kepada perusahaan perbankan terhadap niatan adopsi. Penelitian kepercayaan penyedia juga dilaksanakan oleh Boateng dkk (2016) terhadap niatan penggunaan layanan internet *banking*. Hasilnya kepercayaan kepada penyedia memiliki pengaruh positif

signifikan terhadap niat menggunakan internet *banking* di Ghana. Berdasarkan temuan yang diperoleh dari penelitian di atas, maka diajukan hipotesis sebagai berikut.

H4 : Kepercayaan kepada penyedia berpengaruh positif terhadap niat menggunakan aplikasi investasi saham

2.8.5 Pengaruh Kesesuaian Dengan Gaya Hidup terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham

Menurut SCT, faktor pribadi termasuk kunci dalam menentukan tindakan manusia (Bandura, 1986). Karakteristik pribadi seperti usia, jenis kelamin, dan gaya hidup berinteraksi dengan lingkungan sosial sekitar untuk membentuk perilaku yang menggambarkan jati diri mereka (Lerner, 1982). Teknologi membawa inovasi namun belum tentu cocok dengan orang yang menggunakan. Menurut Rogers (1983) beberapa orang menerima suatu inovasi jika itu sesuai dengan gaya hidup mereka. Penggunaan sebuah aplikasi investasi saham sebagai layanan investasi yang dapat digunakan oleh investor ritel (individu) tentu terpengaruh oleh kesesuaian dengan gaya hidup pengguna, yaitu kesesuaian terhadap cara berpikir dan bertindak mereka.

Penelitian dalam niat penggunaan layanan teknologi finansial dipengaruhi oleh gaya hidup telah beberapa kali dilaksanakan. Penelitian dari Hanafizadeh dkk (2014) telah membuktikan bahwa kesesuaian gaya hidup adalah faktor yang paling berpengaruh terhadap niat penggunaan internet *banking* di Iranian. Layanan yang kurang dipersonalisasi dinilai menghambat adopsi internet *banking*. Boateng dkk (2016) juga telah membuktikan pendapat bahwa kompatibilitas gaya hidup individu

dengan layanan internet *banking* berpengaruh positif terhadap niat orang tersebut untuk menggunakan internet *banking*. Berdasarkan temuan yang diperoleh dari penelitian di atas, maka diajukan hipotesis sebagai berikut.

H5 : Kesesuaian dengan gaya hidup berpengaruh positif terhadap niat menggunakan aplikasi investasi saham

2.8.6 Pengaruh Niat Menggunakan terhadap Penggunaan Nyata Aplikasi Investasi Saham

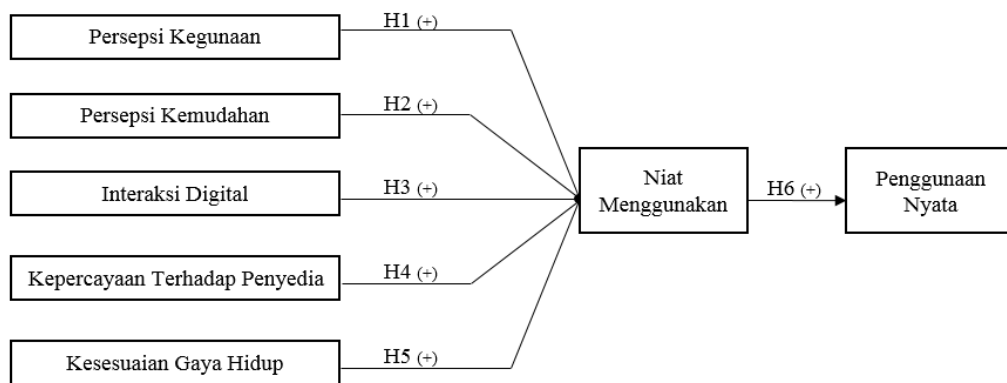
Pengembangan TAM dalam penelitian Davis dan Venkatesh, (1996) menggambarkan hubungan niat dengan penggunaan sebenarnya suatu teknologi. Dalam penelitian Venkatesh dkk (2012) juga diketahui niat menggunakan dapat mempengaruhi perilaku sebenarnya dalam penggunaan. Niat sendiri merupakan bentuk dorongan, sedangkan penggunaan nyata (*actual use*) diartikan sebagai tindakan sebenarnya setelah niat. Penggunaan aplikasi investasi saham akan di tentukan dari niat terlebih dahulu sebelum menggunakan layanan tersebut.

Hubungan antara niat menggunakan dengan penggunaan nyata dalam penggunaan teknologi finansial telah dibuktikan dalam beberapa penelitian. Seperti dalam penelitian Sharma dan Sharma (2019) menunjukkan hubungan positif antara niat dengan penggunaan sebenarnya dalam layanan perbankan seluler. Dalam penelitian Sarmah dkk (2021) terdapat hubungan positif signifikan antara niat dengan penggunaan dompet digital. Berdasarkan temuan yang diperoleh dari penelitian di atas, maka diajukan hipotesis sebagai berikut.

H6 : Niat menggunakan berpengaruh positif terhadap penggunaan nyata aplikasi investasi saham

2.9 Kerangka Penelitian

Berdasarkan hipotesis yang telah dikembangkan pada bagian sebelumnya, maka pengujian faktor-faktor yang berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi investasi saham dapat diilustrasikan seperti pada Gambar 2.5 berikut.



Gambar 2.5 Kerangka Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab ini memuat metode penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi pengukuran variabel, serta metode analisa.

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari survei dengan teknik kuesioner. Kuesioner akan memuat pertanyaan mengenai objek penelitian terkait penggunaan aplikasi saham di kalangan mahasiswa yang dianalisis menggunakan variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, interaksi digital, kepercayaan kepada penyedia layanan, dan gaya hidup. Kuesioner akan dibagikan kepada subjek penelitian yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi di Daerah Istimewa Yogyakarta yang menggunakan aplikasi investasi saham melalui media *Google Form*.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi

Populasi dalam pengertian umum merupakan totalitas individu yang tinggal pada wilayah tertentu. Dalam arti yang lebih spesifik, populasi mengarah kepada agregat individu atau unit dari mana sampel diambil yang menjadi identitas subjek penelitian (Scott, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas seluruh Daerah Istimewa Yogyakarta yang menggunakan aplikasi investasi saham. Pengambilan subjek penelitian ini didasarkan kepada

keinginan peneliti untuk melakukan pengamatan terhadap rentang usia pelajar/mahasiswa yang telah dibekali pengetahuan ekonomi di perkuliahan. Jangkauan yang diambil adalah mahasiswa universitas di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) mengambil provinsi dimana peneliti menempuh perkuliahan.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah potongan atau sebagai perwakilan populasi yang akan diteliti (Arikunto, 1992). Sampel penelitian ini adalah bagian dari Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas seluruh DIY yang menggunakan aplikasi investasi saham. Dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *probability sampling* untuk memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi bisa terpilih menjadi sampel. Cara yang diambil adalah *Simple Random Sampling* dimana pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.

Melihat jumlah populasi yang tidak dapat diketahui dengan pasti, maka digunakan penentuan jumlah sampel agar tetap mendapatkan hasil representatif dengan menggunakan rumus dari Hair.,dkk (2017). Jumlah minimal sampel adalah jumlah indikator dikalikan 5 sampai dengan 10. Indikator dalam penelitian ini terdapat 34, maka dihasilkan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Jumlah Sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 5 \\ &= 34 \times 5 \\ &= 170\end{aligned}$$

3.3 Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang dibutuhkan adalah data primer yang langsung di peroleh dari responden. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan *link* kuesioner *Google Form* secara daring. *Link* kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan akan dibagikan melalui platform sosial media. Kuesioner terbagi ke dalam dua segmen yaitu pengisian data diri untuk keperluan demografi responden dan pertanyaan-pertanyaan terkait dengan variabel yang diuji untuk keperluan pengolahan data.

Variabel kuesioner pengujian diukur dengan menggunakan skala *likert*. Dalam penelitian Chomeya (2010) penggunaan skala *likert* genap dapat memberikan tingkat reliabilitas lebih tinggi dikarenakan menghindarkan responden memilih jawaban tengah (netral). Maka dari itu dalam penelitian ini diambil skala *likert* genap dengan 6 poin, dengan tambahan pertimbangan dari hasil penelitian Chang (1994) bahwa lebih baik skala 6 dibandingkan 4 dalam hasil nilai reliabilitas penelitian. Untuk memastikan kualitas pertanyaan kuesioner, peneliti juga melakukan pilot tes kepada 30 responden. Tingkatan skala *likert* 6 poin yang akan digunakan dapat dilihat dalam tabel 3.1 berikut.

Tabel 3.1 Skala *Likert*

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Agak Tidak Setuju (ATS)	3
Agak Setuju (AS)	4
Setuju (S)	5
Sangat Setuju (SS)	6

3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.4.1 Persepsi Kegunaan terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham

Persepsi kegunaan adalah suatu tingkatan dimana individu yakin bahwa penggunaan sebuah teknologi tertentu akan dapat meningkatkan kinerja yang dimiliki (Davis, 1989). Bahwa ketika individu mempercayai penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan performa kinerja maka individu tersebut akan menggunakan teknologi tersebut. Oleh karena itu, untuk mengukur, maka diajukan 5 (lima) item pertanyaan yang dikembangkan Lee dkk (2011), Moon dan Kim (2001), Venkatesh dan Davis, (2000). Adapun pernyataan yang dimaksud disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 3.2 Indikator Persepsi Kegunaan

No	Item	Sumber
1	Aplikasi investasi saham mempercepat transaksi.	Lee dkk., (2011); Moon dan Kim, (2001); Venkatesh dan Davis, (2000)
2	Aplikasi investasi saham dapat digunakan dimana saja.	
3	Aplikasi investasi saham dapat meningkatkan produktivitas berinvestasi saham.	
4	Aplikasi investasi saham dapat diakses dengan cepat.	
5	Aplikasi investasi saham mempermudah akses informasi investasi.	

3.4.2 Persepsi Kemudahan terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham

Persepsi Kemudahan merupakan tingkatan dimana individu percaya bahwa teknologi yang digunakan memiliki tingkat kesulitan yang rendah untuk dipahami penggunaannya (Davis, 1989). Dengan individu percaya suatu teknologi mudah

dipahami mekanismenya, maka teknologi tersebut berpeluang untuk digunakan. Oleh karena itu, untuk mengukur, maka diajukan 5 (lima) item pertanyaan yang dikembangkan Lee dkk (2011), Suh dan Han (2002), Venkatesh dan Davis (2000). Adapun pernyataan yang dimaksud disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 3.3 Indikator Persepsi Kemudahan

No	Item	Sumber
1	Aplikasi investasi saham mudah untuk dipelajari.	Lee dkk (2011); Suh dan Han, (2002); Venkatesh dan Davis (2000)
2	Aplikasi investasi saham mudah untuk dioperasikan.	
3	Aplikasi investasi saham mempunyai cara kerja yang mudah diingat.	
4	Saya merasa mudah membuat aplikasi investasi saham melakukan apa yang saya inginkan.	
5	Aplikasi investasi saham mudah untuk didapatkan.	

3.4.3 Interaksi Digital terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham

Interaksi Digital lewat layanan aplikasi maupun grup *chatting* termasuk dalam lingkungan sosial secara virtual, dimana lingkungan sosial merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku dan pilihan seseorang (Bandura, 1986). Dorongan adanya kesempatan untuk berinteraksi lewat teknologi dapat mempengaruhi niatan seseorang menggunakan teknologi tersebut. Oleh karena itu, untuk mengukur, maka diajukan 5 (lima) item pertanyaan yang dikembangkan Hajiyev (2017), Park dan Kim (2014). Adapun pertanyaan yang dimaksud disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 3.4 Indikator Interaksi Digital

No	Item	Sumber
1	Berinteraksi dengan pelanggan lain secara daring akan memperkaya pengalaman investasi saham.	Hajiyev, (2017); Park dan Kim, (2014)
2	Aspek sosial untuk investasi saham lewat aplikasi penting bagi saya.	
3	Saya akan menikmati interaksi percakapan sesama pengguna aplikasi saham.	
4	Berpartisipasi dalam pembicaraan investasi saham di aplikasi dan/atau grup <i>chatting</i> sangatlah menarik.	
5	Secara keseluruhan, saya akan menggunakan aplikasi investasi saham jika ada kesempatan berinteraksi dengan pengguna lainnya.	

3.4.4 Kepercayaan Kepada Penyedia terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham

Kepercayaan merupakan ketergantungan karena adanya rasa membutuhkan antara orang-orang, oleh sebab itu timbul konstruksi nilai yang mencerminkan komitmen bersama (Wu dkk 2021). Kepercayaan termasuk dalam faktor lingkungan, dimana lingkungan merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku dan pilihan seseorang (Bandura, 1986). Kepercayaan merupakan hubungan sosial yang perlu dipertimbangkan untuk mengambil atau menggunakan sesuatu. Adanya kepercayaan terhadap penyedia layanan akan membentuk penggunaan layanan teknologi yang diberikan. Oleh karena itu, untuk mengukur, maka diajukan 5 (lima) item pertanyaan yang dikembangkan Boateng dkk (2016), Hanafizadeh dkk (2014). Adapun pertanyaan yang dimaksud disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 3.5 Indikator Kepercayaan Terhadap Penyedia

No	Item	Sumber
----	------	--------

1	Saya percaya sekuritas saya menawarkan aplikasi investasi saham yang aman.	Boateng dkk., (2016); Hanafizadeh dkk., (2014)
2	Sekuritas penyedia aplikasi investasi saham tidak akan membocorkan informasi pribadi saya.	
3	Saya akan merasa aman ketika aplikasi investasi saham yang dikelola sekuritas memproses transaksi saya.	
4	Saya merasa informasi yang diberikan penyedia aplikasi investasi saham aman dan dapat dipercaya.	
5	Saya merasa yakin dengan penawaran yang diberikan sekuritas penyedia aplikasi investasi saham.	

3.4.5 Kesesuaian Gaya Hidup terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham

Gaya hidup dapat menggambarkan pribadi seseorang. Faktor pribadi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tindakan seseorang (Bandura, 1986). Seseorang mengadaptasi sebuah teknologi jika hal tersebut sesuai dengan gaya hidupnya sendiri. Oleh karena itu, untuk mengukur, maka diajukan 4 (empat) item pertanyaan yang dikembangkan Boateng dkk (2016), Hanafizadeh dkk (2014). Adapun pertanyaan yang dimaksud disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 3.6 Indikator Kesesuaian Gaya Hidup

No	Item	Sumber
1	Menggunakan aplikasi investasi saham akan sesuai dengan gaya hidup saya.	Boateng dkk., (2016); Hanafizadeh dkk., (2014)
2	Menggunakan aplikasi investasi saham akan cocok dengan keinginan saya berinvestasi.	
3	Menggunakan aplikasi investasi saham akan kompatibel dengan sebagian besar cara saya dalam berinvestasi.	
4	Menggunakan aplikasi investasi saham akan sesuai dengan kebiasaan saya berinvestasi.	

3.4.6 Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham

Menurut Nysveen (2005), *Intention to Use* atau niat untuk menggunakan didasarkan pada definisi *Behavioural Intention* atau niat perilaku yaitu kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Niat merupakan gambaran keinginan untuk melakukan sesuatu. Niat penggunaan teknologi merupakan keinginan menggunakan teknologi di masa yang akan datang. Oleh karena itu, untuk mengukur, maka diajukan 5 (lima) item pertanyaan yang dikembangkan Venkatesh dkk (2012) dan Asyari (2020). Adapun pertanyaan yang diajukan disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 3.7 Indikator Niat Menggunakan

No	Item	Sumber
1	Saya berniat untuk menggunakan aplikasi investasi saham dimasa yang akan datang.	Venkatesh dkk., (2012); Asyari, (2020)
2	Dimasa yang akan datang, saya akan mempelajari penggunaan aplikasi investasi saham.	
3	Saya akan senang menggunakan aplikasi investasi saham di masa yang akan datang.	
4	Dimasa yang akan datang, saya akan selalu menggunakan aplikasi investasi saham dalam kehidupan sehari-hari.	
5	Dimasa yang akan datang, saya berencana untuk lebih sering menggunakan aplikasi investasi saham.	

3.4.7 Penggunaan Nyata Aplikasi Investasi Saham

Dalam pandangan TAM, perilaku individu dalam menggunakan teknologi ditentukan oleh niat mereka (Davis, 1989). Penggunaan sebenarnya dalam menggunakan teknologi juga ditentukan oleh niat menurut Seetharaman dkk

(2017). Penggunaan nyata menggambarkan lanjutan dari niat menggunakan yaitu tindakan menggunakan yang sesungguhnya (*actual use*). Oleh karena itu, untuk mengukur, maka diajukan 5 (lima) item pertanyaan yang dikembangkan Moon dan Kim (2001), Asyari (2020). Adapun pertanyaan yang diajukan disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 3.8 Indikator Penggunaan Nyata

No	Item	Sumber
1	Saya suka menggunakan aplikasi investasi saham.	Moon dan Kim, (2001); Asyari, (2020)
2	Saya sering menggunakan aplikasi investasi saham.	
3	Sebagian besar aktivitas transaksi saham saya menggunakan aplikasi investasi saham.	
4	Saya puas bertransaksi dengan aplikasi investasi saham.	
5	Saya memiliki kebutuhan untuk menggunakan aplikasi investasi saham.	

3.5 Metode dan Alat Analisa Data

Data yang diperoleh melalui survei kuesioner pada penelitian ini akan diolah menggunakan metode analisis *Partial Least Square - Structural Equation Model* (PLS-SEM). PLS-SEM merupakan metode yang digunakan untuk menguji hubungan prediktif antar konstruk dengan melihat keberadaan kaitan atau pengaruh di dalam konstruk tersebut (Ghozali, 2021). PLS-SEM di desain untuk penelitian yang bersifat mengembangkan teori, karena metode ini meniadakan asumsi-asumsi seperti data harus terdistribusi normal dan masalah multikolonieritas menurut Wold (dalam Ghozali 2021). Analisis PLS-SEM akan melalui dua sub model yaitu model

pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Alat analisa data yang akan digunakan untuk menunjang penelitian ini adalah SmartPLS.

3.6 Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran menunjukkan bagaimana variabel manifest merepresentasikan variabel laten untuk diukur (Ghozali, 2021). Data yang telah dikumpulkan dalam survei kuesioner terbagi ke dalam indikator-indikator yang digolongkan ke setiap variabel yang ingin diuji, maka dari itu penting untuk mengetahui apakah data yang telah dikumpulkan cocok dengan variabel penelitian. Pengujian model pengukuran dalam penelitian ini terdiri dari :

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan evaluasi dari pengukur-pengukur variabel dalam suatu konstruk terhadap standar yang telah ditetapkan. Uji validitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat kecocokan setiap indikator dalam menggambarkan variabel yang dituju di dalam penelitian ini (Ghozali, 2021). Pengujian validitas yang digunakan dalam penelitian ini meliputi *convergent validity* (uji validitas konvergen) dan *discriminant validity* (uji validitas diskriminan).

Uji validitas konvergen (*convergent validity*) menguji tingkatan indikator dari konstruk tertentu terhadap fokus variabel yang dituju (Hair dkk 2017). Nilai validitas konvergen dilihat melalui *loading factor* dan *average variance extracted* (AVE). *Loading factor* menggambarkan nilai indikator untuk variabel yang dituju

dikatakan baik ketika lebih besar dari 0,70, sedangkan AVE sebagai nilai yang dimiliki setiap variabel dikatakan baik ketika lebih besar dari 0,50 (Ghozali, 2021).

Uji validitas diskriminan (*discriminant validity*) merupakan pengujian yang menggambarkan pengukuran dari setiap konstruk memiliki hubungan kuat terhadap konstruk masing-masing dan tidak berkorelasi tinggi dengan konstruk yang lainnya. Pengukuran dapat diperoleh dari melihat nilai Fornell Larcker Criterion antara hubungan variabel yang sama harus memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan hubungan dengan variabel lainnya. Kemudian nilai *cross loading* untuk setiap indikator variabel harus lebih besar dari 0,70 (Ghozali, 2021).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu uji keunggulan untuk mengetahui suatu alat ukur pada penelitian mempunyai akurasi, konsistensi, dan ketepatan yang tinggi. Dalam Hair dkk (2017), uji reliabilitas memiliki fungsi mencermati alat pengukuran memiliki nilai tetap konsisten apabila dilakukan pengujian berulang nantinya dengan menggunakan alat ukur yang sama. Uji reliabilitas mensyaratkan nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* diatas 0,70 (Ghozali, 2021).

3.7 Uji Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural digunakan untuk menggambarkan kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk. Ukuran kekuatan variabel dilihat melalui nilai *R-square* dan *Predictive Relevance* (Q^2). *R-square* dengan nilai 0,67; 0,33; dan 0,19 secara berurutan menandakan pengaruh variabel independen tertentu terhadap variabel

dependennya kuat, moderat, dan lemah menurut Chin (dalam Ghozali 2021). Sedangkan nilai $Q^2 > 0$ menandakan model memiliki nilai *predictive relevance*.

Pengujian Struktural juga menganalisa ada tidaknya hubungan dan tingkat signifikansi. Arah hubungan dapat dilihat melalui *path coefficients* yang bernilai positif atau negatif menandakan berpengaruh atau tidak variabel independen tersebut terhadap variabel dependennya. Tingkat signifikan dapat dilihat melalui t-statistik yang dihasilkan masing-masing variabel independen. Hubungan dikatakan signifikan apabila t-statistik lebih tinggi dari t-value. Penelitian ini akan menggunakan signifikansi sebesar 5%, maka nilai t-value yang akan digunakan adalah 1,96 (Hair dkk 2017).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai hasil penelitian pengaruh kegunaan, kemudahan, dan nilai - nilai sosial kognitif terhadap niat mahasiswa menggunakan aplikasi investasi saham. Penelitian ini memperoleh 181 responden dari kuesioner yang telah disebar melalui *google form* dalam rentang waktu 6 Januari sampai dengan 22 Januari 2022. Pengolahan data penelitian terbagi menjadi 3 (tiga) bagian meliputi, deskripsi responden sampel penelitian berdasarkan data demografi yang diperoleh, evaluasi model pengukuran untuk menilai validitas dan reliabilitas model penelitian, dan analisa model struktural untuk mengamati hubungan variabel serta pembahasan hasil hipotesis.

4.1 Deskripsi Responden

Deskripsi responden diklasifikasikan menjadi beberapa kelompok berdasarkan asal universitas, jurusan yang diambil di perkuliahan, jenis kelamin, kelompok usia, aplikasi saham yang digunakan, dan profil risiko investasi.

4.1.1 Klasifikasi Asal Universitas

Klasifikasi asal universitas membagi responden ke dalam beberapa universitas yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sesuai dengan tempat mereka menempuh perkuliahan. Penelitian ini berhasil mengambil sampel mahasiswa DIY di 6 (enam) universitas sebagai berikut.

Tabel 4.1 Klasifikasi Asal Universitas Responden

Nama Universitas	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Universitas Islam Indonesia	106	59
Universitas Ahmad Dahlan	28	15
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	26	14
Universitas Gadjah Mada	12	7
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	8	4
Universitas Negeri Yogyakarta	1	1
Total	181	100

(Sumber: Data diolah 2022)

Dari tabel klasifikasi asal universitas diatas, 181 responden yang menjadi sampel penelitian terbagi ke dalam responden dari Universitas Islam Indonesia berjumlah 106 orang atau 59%, responden dari Universitas Ahmad Dahlan berjumlah 28 orang atau 15%, responden dari Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta berjumlah 26 orang atau 14%, responden dari Universitas Gadjah Mada berjumlah 12 orang atau 7%, responden dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta berjumlah 8 orang atau 4%, dan responden dari Universitas Negeri Yogyakarta berjumlah 1 orang atau 1%. Kesimpulan yang didapat bahwa sebagian besar responden berasal dari Universitas Islam Indonesia.

4.1.2 Klasifikasi Jurusan Perkuliahan

Klasifikasi jurusan perkuliahan membagi responden ke dalam 3 (tiga) jurusan utama di fakultas ekonomi meliputi, Jurusan Akuntansi, Jurusan Ekonomi, dan Jurusan Manajemen. Klasifikasi ini menggunakan penamaan umum sehingga jurusan dengan penamaan yang berbeda di beberapa universitas seperti jurusan ilmu ekonomi dan ekonomi pembangunan digolongkan menjadi jurusan ekonomi. Hasil klasifikasi dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 4.2 Klasifikasi Jurusan Perkuliahan Responden

Jurusan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Akuntansi	82	45
Ekonomi	50	28
Manajemen	49	27
Total	181	100

(Sumber: Data diolah 2022)

Dari tabel klasifikasi jurusan perkuliahan diatas, 181 responden yang menjadi sampel penelitian terbagi menjadi 82 orang atau 45% dari jurusan akuntansi, 50 orang atau 28% dari jurusan ekonomi, dan 49 orang atau 27% dari jurusan manajemen. Kesimpulan yang dapat diambil adalah mayoritas responden penelitian berasal dari jurusan akuntansi.

4.1.3 Klasifikasi Jenis Kelamin

Klasifikasi jenis kelamin membagi responden ke dalam jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Hasil klasifikasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.3 Klasifikasi Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Laki - Laki	81	45
Perempuan	100	55
Total	181	100

(Sumber: Data diolah 2022)

Dari tabel klasifikasi jenis kelamin diatas, 181 responden yang menjadi sampel penelitian terbagi dalam jenis kelamin laki-laki sebanyak 81 orang atau 45% dan jenis kelamin perempuan sebanyak 100 orang atau 55%. Kesimpulan yang dapat diambil bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan.

4.1.4 Klasifikasi Kelompok Usia

Klasifikasi kelompok usia membagi karakteristik responden berdasarkan kelompok usia yang disesuaikan dengan rentang usia umum di setiap angkatan perkuliahan. Kelompok usia dimulai dari angka 17 tahun sesuai dengan syarat usia minimal dapat berinvestasi saham. Hasil klasifikasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.4 Klasifikasi Kelompok Usia Responden

Kelompok Usia	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
17 s/d 19 tahun	0	0
19+ s/d 20 tahun	24	13
20+ s/d 21 tahun	83	46
21+ s/d 22 tahun	57	32
Lebih dari 22 tahun	17	9
Total	181	100

(Sumber: Data diolah 2022)

Dari tabel klasifikasi kelompok usia diatas, 181 responden yang menjadi sampel penelitian ini terbagi ke dalam 24 orang atau 13% dalam kelompok usia lebih dari 19 tahun sampai 20 tahun, 83 orang atau 46% dalam kelompok usia lebih dari 20 tahun sampai 21 tahun, 57 orang atau 32% dalam kelompok usia lebih 21 tahun sampai 22 tahun, dan 17 orang atau 9% dalam kelompok usia lebih dari 22 tahun. Kesimpulan yang dapat diambil bahwa sebagian besar responden penelitian berusia diantara lebih dari 20 tahun hingga 21 tahun.

4.1.5 Klasifikasi Aplikasi Saham yang Digunakan

Klasifikasi aplikasi saham yang digunakan membagi responden berdasarkan aplikasi saham yang gunakan atau paling sering gunakan. Karena

banyaknya layanan aplikasi saham yang ada di Indonesia, maka klasifikasi didasarkan kepada aplikasi saham yang populer dan banyak digunakan. Hasil klasifikasi dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.5 Klasifikasi Aplikasi Saham yang Digunakan Responden

Jenis Aplikasi	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
IPOT	59	32
Stockbit	32	18
MOST Mandiri	32	18
BIONS BNI	12	7
Ajaib	22	12
Lainnya	24	13
Total	181	100

(Sumber: Data diolah 2022)

Dari tabel klasifikasi aplikasi saham yang digunakan diatas, diketahui dari 181 responden yang menjadi sampel penelitian terdapat pengguna aplikasi IPOT sebanyak 59 orang atau 32%, pengguna aplikasi Stockbit sebanyak 32 orang atau 18%, pengguna aplikasi MOST Mandiri sebanyak 32 orang atau 18%, pengguna aplikasi BIONS BNI sebanyak 12 orang atau 7%, pengguna aplikasi Ajaib sebanyak 22 orang atau 12%, dan pengguna aplikasi lainnya sebanyak 24 orang atau 13%. Kesimpulan yang dapat diambil dari data diatas adalah sebagian besar responden penelitian menggunakan aplikasi IPOT.

4.1.6 Klasifikasi Profil Risiko Investasi

Klasifikasi profil risiko investasi membagi responden ke dalam kriteria investor berdasarkan tingkat peluang dan kerugian investasi yang diambil. Profil konservatif memiliki kecenderungan memilih saham yang aman, namun memiliki keuntungan kecil. Profil moderat memiliki kecenderungan memilih saham dengan

resiko dan keuntungan yang sedang. Profil agresif memiliki kecenderungan memilih saham yang beresiko namun memiliki keuntungan tinggi. Hasil Klasifikasi dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 4.6 Klasifikasi Profil Risiko Investasi Responden

Profil Risiko	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Konservatif	81	45
Moderat	70	39
Agresif	30	16
Total	181	100

(Sumber: Data diolah 2022)

Dari tabel klasifikasi profil risiko investasi diatas, 181 responden yang menjadi sampel penelitian memiliki profil risiko investasi konservatif sebanyak 81 orang atau 45%, profil risiko moderat sebanyak 70 orang atau 39%, dan profil risiko agresif sebanyak 30 orang atau 16%. Dari data tersebut dapat disimpulkan sebagian besar responden memiliki profil risiko konservatif dimana mereka mengutamakan portofolio investasi yang aman meskipun keuntungannya kecil.

4.2 Evaluasi Model Pengukuran

Pada tahap ini akan dilaksanakan pengujian terhadap instrumen pengukuran meliputi uji validitas dan uji reliabilitas hasil penelitian. Dengan pengukuran ini akan diketahui tingkat validitas dan reliabilitas data penelitian.

4.2.1 Uji Validitas

4.2.1.1 Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Uji validitas konvergen digunakan untuk hubungan erat antara indikator dengan konstruk. Pengujian ini melihat nilai *loading factor* dan nilai AVE. *Loading factor* dapat dilihat pada *outer loading* dari hasil pengolahan data SmartPLS. Menurut Ghozali (2021) nilai *outer loading* untuk setiap indikator variabel harus diatas 0,7. Hasil pengujian *loading factor* dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.7 Nilai *Loading Factor*

Variabel	Item	Loading
Persepsi Kegunaan	KG1	0,8843
	KG2	0,7627
	KG3	0,8851
	KG4	0,7965
	KG5	0,7683
Persepsi Kemudahan	KM1	0,9105
	KM2	0,8976
	KM3	0,8558
	KM4	0,8595
	KM5	0,8132
Interaksi Digital	ID1	0,8271
	ID2	0,7204
	ID3	0,8715
	ID4	0,8597
	ID5	0,8170
Kepercayaan kepada Penyedia	KP1	0,7709
	KP2	0,7648
	KP3	0,8717
	KP4	0,8167
	KP5	0,7815
Gaya Hidup	GH1	0,7470
	GH2	0,7694
	GH3	0,8486
	GH4	0,8301

Tabel 4.7 Nilai *Loading Factor* (lanjutan)

Variabel	Item	Loading
Niat Menggunakan	NM1	0,7174
	NM2	0,8409
	NM3	0,7799
	NM4	0,8288
	NM5	0,6139
Penggunaan Nyata	PN1	0,7425
	PN2	0,8178
	PN3	0,8047
	PN4	0,7915
	PN5	0,8326

(Sumber: Data diolah 2022)

Dari hasil pengujian *loading factor* diketahui terdapat indikator yang memiliki nilai dibawah 0,7 yaitu indikator niat menggunakan NM5. Menurut Ghozali (2021), indikator yang berada dibawah standar termasuk ke dalam indikator tidak valid dan harus dibuang. Setelah pembuangan dilakukan, maka perlu dilakukan pengujian *loading factor* kembali untuk memastikan kembali tidak ada indikator yang tidak valid. Maka dari itu dilakukan pembuangan indikator NM5 dan pengujian kembali *loading factor* dengan hasil seperti pada tabel berikut.

Tabel 4.8 Nilai Pembaruan *Loading Factor*

Variabel	Item	Loading
Persepsi Kegunaan	KG1	0,8893
	KG2	0,7504
	KG3	0,8953
	KG4	0,7968
	KG5	0,7618
Persepsi Kemudahan	KM1	0,9022
	KM2	0,8945
	KM3	0,8651
	KM4	0,8710
	KM5	0,8186

Tabel 4.8 Nilai Pembaruan *Loading Factor* (lanjutan)

Variabel	Item	Loading
Interaksi Digital	ID1	0,8154
	ID2	0,7328
	ID3	0,8821
	ID4	0,8495
	ID5	0,8243
Kepercayaan kepada Penyedia	KP1	0,7799
	KP2	0,7590
	KP3	0,8704
	KP4	0,8166
	KP5	0,7767
Gaya Hidup	GH1	0,7001
	GH2	0,8120
	GH3	0,8243
	GH4	0,8287
Niat Menggunakan	NM1	0,7042
	NM2	0,8642
	NM3	0,8015
	NM4	0,8545
Penggunaan Nyata	PN1	0,7375
	PN2	0,8188
	PN3	0,8034
	PN4	0,7992
	PN5	0,8300

(Sumber: Data diolah 2022)

Setelah penghapusan indikator NM5, nilai *loading factor* yang dihasilkan semua indikator telah berada diatas 0,7 seperti yang ada pada tabel nilai pembaruan *loading factor*. Maka dari itu data yang diuji ditanya valid terhadap *loading factor*.

Pengujian selanjutnya adalah evaluasi nilai *average variance extracted* (AVE) yang dimiliki setiap variabel yang diuji. Nilai AVE dikatakan valid apabila berada diatas 0,5. Hasil nilai AVE dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.9 Nilai AVE

Variabel	AVE
Persepsi Kegunaan (KG)	0,6741
Persepsi Kemudahan (KM)	0,7582
Interaksi Digital (ID)	0,6763
Kepercayaan kepada Penyedia (KP)	0,6424
Gaya Hidup (GH)	0,6290
Niat Menggunakan (NM)	0,6539
Penggunaan Nyata (PN)	0,6375

(Sumber: Data diolah 2022)

Hasil pengujian data penelitian ini menghasilkan nilai AVE diatas 0,5 untuk setiap variabel yang digunakan, sehingga dapat dinyatakan valid. Secara keseluruhan penelitian ini telah memenuhi Validitas Konvergen dengan nilai *loading factor* diatas 0,7 dan nilai AVE diatas 0,5 untuk setiap indikator dan variabel yang ada.

4.2.1.2 Uji Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Pengujian validitas diskriminan dilakukan dengan cara melihat nilai Kriteria Fornell-Larcker dan nilai *Cross Loadings*. Kriteria Fornell-Larcker dikatakan valid apabila nilai hubungan antar variabel yang sama lebih tinggi dari nilai hubungan dengan variabel lainnya. *Cross Loadings* dikatakan valid ketika nilai yang dihasilkan dari hubungan antar variabel dan indikator yang sama lebih besar dari 0,7 dan nilai tersebut juga lebih besar dari nilai hubungan dengan variabel lainnya. Hasil pengujian validitas diskriminan dapat dilihat pada tabel Kriteria Fornell-Larcker dan *Cross Loadings* berikut ini.

Tabel 4.10 Nilai Kriteria Fornell-Larcker

	KG	KM	IDE	KP	GH	NM	PN
KG	0,8210						
KM	0,0294	0,8708					
ID	0,2740	-0,1895	0,8223				
KP	0,1794	-0,1216	0,4540	0,8015			
GH	0,2577	-0,0032	0,3533	0,3599	0,7931		
NM	0,2459	-0,1953	0,2505	0,3783	0,1679	0,8086	
PN	0,2563	-0,2396	0,3421	0,4811	0,3604	0,4779	0,7984

(Sumber: Data diolah 2022)

Dari tabel diatas dapat diketahui nilai dari tabel Kriteria Fornell-Larcker dimana nilai antar variabel atau akar kuadrat AVE lebih besar dibandingkan korelasi antar konstruk laten, sehingga pengujian ini memenuhi syarat.

Tabel 4.11 Nilai *Cross Loadings*

	KG	KM	ID	KP	GH	NM	PN
KG1	0,8893	-0,0326	0,2731	0,1769	0,2492	0,2184	0,3104
KG2	0,7504	-0,0525	0,1698	0,1265	0,2245	0,1873	0,2077
KG3	0,8953	0,1020	0,1691	0,0992	0,1679	0,2454	0,1939
KG4	0,7968	0,1718	0,2182	0,0940	0,1177	0,1870	0,0717
KG5	0,7618	-0,1037	0,3312	0,2780	0,3357	0,1552	0,2767
KM1	0,0356	0,9022	-0,0852	-0,0875	0,0452	-0,2481	-0,1832
KM2	-0,0360	0,8945	-0,2177	-0,0999	-0,0078	-0,1733	-0,2274
KM3	0,0406	0,8651	-0,2269	-0,1326	-0,0357	-0,1365	-0,2536
KM4	0,1026	0,8710	-0,0799	-0,0130	0,0370	-0,0874	-0,0837
KM5	0,0212	0,8186	-0,2709	-0,2122	-0,1016	-0,1014	-0,3000
ID1	0,3080	-0,0466	0,8154	0,4226	0,3883	0,2199	0,2372
ID2	0,1356	-0,2284	0,7328	0,2805	0,1909	0,0559	0,2463
ID3	0,2459	-0,2669	0,8821	0,4223	0,2991	0,2837	0,4040
ID4	0,2210	-0,0856	0,8495	0,3587	0,2430	0,1814	0,1933
ID5	0,1332	-0,1832	0,8243	0,3088	0,2627	0,1508	0,2691
KP1	0,0792	0,0638	0,2553	0,7799	0,2475	0,3599	0,3494
KP2	0,1640	-0,1378	0,3906	0,7590	0,2007	0,2652	0,3793
KP3	0,1260	-0,1941	0,3983	0,8704	0,2554	0,3481	0,4398
KP4	0,2258	-0,1132	0,4350	0,8166	0,3449	0,2825	0,3456
KP5	0,1510	-0,1420	0,3715	0,7767	0,4485	0,2180	0,4265
GH1	0,1526	-0,0542	0,2594	0,2633	0,7001	0,0197	0,2404
GH2	0,2520	-0,0711	0,3254	0,3011	0,8120	0,1409	0,3344
GH3	0,1065	0,0712	0,2062	0,3141	0,8243	0,1360	0,2007
GH4	0,2733	0,0016	0,3322	0,2725	0,8287	0,1499	0,3483
NM1	0,1860	0,0608	0,0875	0,2346	0,0486	0,7042	0,3005
NM2	0,1853	-0,2831	0,2112	0,3674	0,1344	0,8642	0,3869
NM3	0,1964	-0,1214	0,1237	0,2701	-0,0105	0,8015	0,2963
NM4	0,2278	-0,2010	0,3210	0,3273	0,2896	0,8545	0,5101
PN1	0,2125	-0,0787	0,1365	0,2814	0,2648	0,2762	0,7375
PN2	0,2324	-0,1972	0,3309	0,4340	0,3375	0,3824	0,8188
PN3	0,1860	-0,1557	0,2418	0,4374	0,3009	0,3760	0,8034
PN4	0,2124	-0,1435	0,3324	0,4349	0,2710	0,3703	0,7992
PN5	0,1904	-0,3244	0,2906	0,3286	0,2692	0,4649	0,8300

(Sumber: Data diolah 2022)

Dari tabel di atas diketahui bahwa nilai *cross loadings* yang dihasilkan setiap indikator terhadap variabelnya lebih besar dari 0,7. Nilai *cross loadings* dari konstruk secara keseluruhan antara skor item pertanyaan dengan konstruksya lebih besar dibandingkan dengan nilai *cross loadings* dari korelasi item konstruksya ke konstuk yang lain. Kesimpulan yang dapat diambil bahwa indikator dalam penelitian ini telah memenuhi uji validitas diskriminan.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk membuktikan apakah indikator tepat dan konsisten dalam mengukur konstruk. Pengukuran dapat diketahui dengan melihat nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan pada validitas dan reliabilitas konstruk harus lebih tinggi dari 0,7.

4.2.2.1 *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*

Hasil pengujian data penelitian ini memperlihatkan nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* seperti yang ada pada tabel berikut.

Tabel 4.12 Nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Persepsi Kegunaan	0,8780	0,9114
Persepsi Kemudahan	0,9252	0,9400
Interaksi Digital	0,8859	0,9123
Kepercayaan kepada Penyedia	0,8617	0,8996
Gaya Hidup	0,8206	0,8710
Niat Menggunakan	0,8244	0,8825
Penggunaan Nyata	0,8587	0,8977

(Sumber: Data diolah 2022)

Berdasarkan hasil yang dipaparkan pada tabel diatas, nilai composite reliability dan cornbach's alpha pada setiap variabel yang diuji berada diatas 0,7. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel yang digunakan lolos uji dan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

4.3 Evaluasi Model Struktural

Pengujian model struktural digunakan untuk mengetahui hubungan atau kekuatan estimasi antar variabel laten. Tahapan yang dilakukan meliputi melihat nilai *R-square*, menilai variabel tergolong *predictive relevance* lewat Q^2 , menentukan arah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dan menentukan tingkat signifikasi melalui *t-square* dengan tingkat signifikasi 5%.

4.3.1 R-Square

Uji *R-Square* digunakan untuk menentukan adanya pengaruh *substantive* dari variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian. *R-square* yang dihasilkan dalam penelitian ini mengukur hubungan variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, interaksi digital, kepercayaan kepada penyedia, dan gaya hidup terhadap variabel niat menggunakan. Selain itu akan ada nilai *R-square* untuk hubungan antara variabel niat menggunakan dengan penggunaan nyata. Hasil *R-square* dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.13 Nilai *R-Square*

Variabel	<i>R-Square</i>
Niat Menggunakan	0,2021
Penggunaan Nyata	0,2284

(Sumber: Data diolah 2022)

Nilai *R-square* pada variabel niat menggunakan sebesar 0,2021 yang berarti niat menggunakan dipengaruhi sebesar 20% oleh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, interaksi digital, kepercayaan kepada penyedia, dan gaya hidup. 80% pengaruh lainnya dihasilkan dari variabel di luar pengujian yang kemungkinan berpengaruh. Nilai *R-square* yang dihasilkan pada variabel niat menggunakan tergolong pada kategori lemah.

Nilai *R-square* pada variabel penggunaan nyata sebesar 0,2284 yang berarti penggunaan nyata dipengaruhi sebesar 23% oleh niat menggunakan. 77% pengaruh lainnya dihasilkan dari variabel di luar pengujian yang kemungkinan berpengaruh. Nilai *R-square* yang dihasilkan pada variabel penggunaan nyata tergolong pada kategori lemah.

4.3.2 *Predictive Relevance*

Predictive relevance menunjukkan seberapa baik observasi yang dilakukan antara hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Nilai ini didapat dari Q^2 pada redundansi validasi-silang konstruk. Hasil yang didapat dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.14 Nilai *Predictive Relevance*

Variabel	Q^2
Niat Menggunakan	0,1038
Penggunaan Nyata	0,1378

(Sumber: Data diolah 2022)

Hasil Q^2 pada variabel niat menggunakan dan penggunaan nyata berada diatas 0, sehingga dapat disimpulkan model penelitian ini memiliki *predictive relevance* dan observasi yang dilakukan dalam penelitian ini tergolong baik.

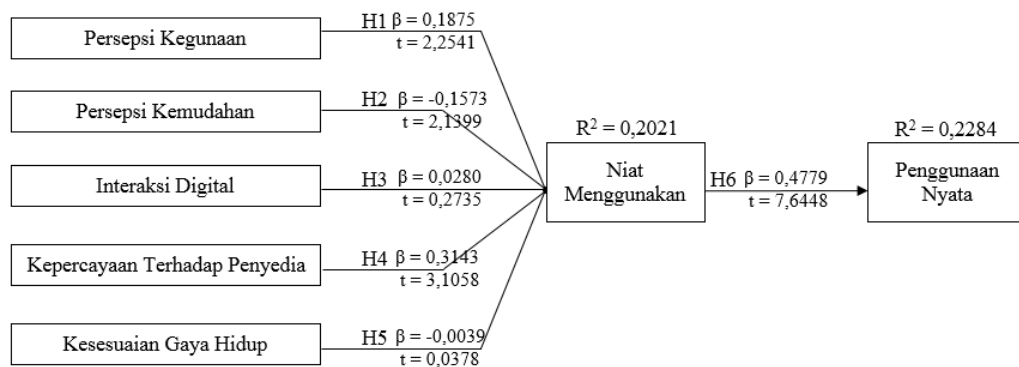
4.3.3 Koefisien Jalur

Pada tahap ini akan dipaparkan hasil koefisien jalur dari pengolahan data penelitian untuk melihat hubungan dan tingkat signifikansi antara variabel independen terhadap variabel dependennya. Data disajikan dalam bentuk tabel dan gambar model struktural hasil pengujian sebagai berikut.

Tabel 4.15 Nilai Koefisien Jalur

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)
KG -> NM	0,1875	0,1944	0,0832	2,2541
KM -> NM	-0,1573	-0,1600	0,0735	2,1399
ID -> NM	0,0280	0,0473	0,1025	0,2735
KP -> NM	0,3143	0,3163	0,1012	3,1058
GH -> NM	-0,0039	0,0060	0,1038	0,0378
NM -> PN	0,4779	0,4930	0,0625	7,6448

(Sumber: Data diolah 2022)



Gambar 4.1 Model Struktural Hasil Pengujian

4.4 Model Hasil Pengujian Hipotesis

Dari data hasil pengujian analisis yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat dinilai hubungan setiap variabel yang diuji untuk membuktikan hipotesis dan

tingkat signifikansi yang dihasilkan dari masing-masing hubungan. Maka dari itu dilakukan pengujian hipotesis dengan hasil seperti yang disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Hubungan	Original Sample (O)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	Hasil
H1	KG -> NM	0,1875	0,0832	2,2541	Didukung
H2	KM -> NM	-0,1573	0,0735	2,1399	Ditolak
H3	ID -> NM	0,0280	0,1025	0,2735	Didukung
H4	KP -> NM	0,3143	0,1012	3,1058	Didukung
H5	GH -> NM	-0,0039	0,1038	0,0378	Ditolak
H6	NM -> PN	0,4779	0,0625	7,6448	Didukung

(Sumber: Data diolah 2022)

4.4.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham

Berdasarkan tabel 4.16 nilai *path coefficients* berada di angka positif yaitu 0,1875. Maka hubungan yang terjadi antara persepsi kegunaan terhadap niat menggunakan aplikasi investasi saham adalah positif, sehingga hipotesis “Persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan aplikasi investasi saham” didukung. Nilai *t-square* yang dibentuk antara persepsi kegunaan dengan niat menggunakan sebesar 2,2541. Dengan tingkat signifikansi 5% nilai *t-square* yang dihasilkan lebih tinggi dari *t-tabelnya* yaitu 1,96, maka dari itu hubungan positif yang dihasilkan signifikan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Mun dkk., (2017) dimana persepsi manfaat memiliki hubungan signifikan positif terhadap niat penggunaan teknologi. Maka dari itu kesempatan untuk bertransaksi lebih cepat, akses mudah dilakukan dimana saja, dan meningkat produktivitas kerja yang merupakan kegunaan dari aplikasi saham sangat menentukan niat mahasiswa menggunakan aplikasi investasi saham.

4.4.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham

Berdasarkan tabel 4.16 nilai *path coefficients* berada di angka negatif yaitu -0,1573. Maka dapat disimpulkan tidak terdapat hubungan yang terjadi antara persepsi kemudahan terhadap niat menggunakan aplikasi investasi saham, sehingga hipotesis “Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan aplikasi investasi saham” ditolak. Nilai *t-square* yang dibentuk antara persepsi kemudahan dengan niat menggunakan sebesar 2,1399. Dengan tingkat signifikansi 5% ($t\text{-tabel} = 1,96$) nilai *t-square* lebih tinggi maka dari itu nilai yang dihasilkan signifikan.

Persepsi kemudahan adalah bahwa teknologi yang akan digunakan mudah untuk digunakan penggunanya. Tolak ukur teknologi mudah untuk digunakan meliputi kemudahan untuk dipelajari, kemudahan untuk dioperasikan, dan cara kerjanya mudah diingat. Berdasarkan penilaian peneliti, tidak ada hubungan antara persepsi kemudahan dengan niat menggunakan aplikasi investasi saham di kalangan mahasiswa ini dikarenakan indikasi bahwa aplikasi saham gagal memberikan kemudahan penggunaan bagi penggunanya. Sebagai pengguna

aplikasi saham, peneliti merasa bagi sebagian orang terutama yang masih awam dengan investasi saham akan kesulitan memahami fitur-fitur yang disediakan aplikasi tersebut. Pendapat ini juga didukung dengan penelitian Mulyani dan Kurniadi (2017) terhadap adopsi teknologi *e-commerce* yang menyatakan bahwa manusia memiliki pola pikir bahwa adopsi teknologi malah menyulitkan pengguna, karena disitu muncul perintah-perintah baru yang belum dikenali sebelumnya sehingga dianggap tidak memiliki kemudahan penggunaan.

4.4.3 Pengaruh Interaksi Digital Terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham

Berdasarkan tabel 4.16 nilai *path coefficients* berada di angka positif yaitu 0,0280. Maka hubungan yang terjadi antara interaksi digital terhadap niat menggunakan aplikasi investasi saham adalah positif, sehingga hipotesis “Interaksi digital berpengaruh positif terhadap niat menggunakan aplikasi investasi saham” didukung. Nilai *t-square* yang dibentuk antara interaksi digital dengan niat menggunakan sebesar 0,2735. Dengan tingkat signifikansi 5% (t -tabel= 1,96) nilai *t-square* yang dihasilkan lebih kecil sehingga hubungan positif yang dihasilkan tidak signifikan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Hajiye (2017) terhadap penggunaan *fintech mobile banking* di Azerbaijan. Dalam penelitian tersebut fitur sosial untuk berinteraksi antar nasabah memiliki pengaruh positif signifikan untuk penelitian di Turkey dan memiliki pengaruh positif tidak signifikan untuk penelitian di Azerbaijan. Hal ini memberikan temuan bahwa adanya fitur sosial dapat menarik niat untuk menggunakan, namun nilai signifikansi yang dihasilkan tergantung atas

kebutuhan pengguna teknologi dalam daerah tersebut. Maka dari itu dapat disimpulkan interaksi digital yang merupakan bentuk kesempatan bagi mahasiswa untuk berinteraksi antar sesama pengguna aplikasi investasi saham baik melalui fitur sosial aplikasi maupun perantara digital lainnya seperti grup *chat* mempengaruhi niat menggunakan aplikasi tersebut namun tidak signifikan pada lingkungan mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta.

4.4.4 Pengaruh Kepercayaan Kepada Penyedia Terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham

Berdasarkan tabel 4.16 nilai *path coefficients* berada di angka positif yaitu 0,3143. Maka hubungan yang terjadi antara kepercayaan kepada penyedia terhadap niat menggunakan aplikasi investasi saham adalah positif, sehingga hipotesis “Kepercayaan kepada penyedia berpengaruh positif terhadap niat menggunakan aplikasi investasi saham” didukung. Nilai *t-square* yang dibentuk antara kepercayaan kepada penyedia dengan niat menggunakan sebesar 3,1058. Dengan tingkat signifikansi 5% ($t_{\text{tabel}} = 1,96$) nilai *t-square* yang dihasilkan lebih tinggi maka dari itu hubungan positif yang dihasilkan signifikan.

Kepercayaan kepada penyedia merupakan interpretasi bahwa mahasiswa pengguna aplikasi saham percaya kepada sekuritas yang menyediakan aplikasi saham yang mereka gunakan terkait dengan perlindungan privasi dan penawaran layanan-layanan yang aman digunakan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Boateng dkk (2016) bahwa kepercayaan terhadap penyedia berpengaruh positif signifikan terhadap niat adopsi.

4.4.5 Pengaruh Kesesuaian Gaya Hidup Terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Investasi Saham

Berdasarkan tabel 4.16 nilai *path coefficients* berada di angka negatif yaitu -0,0039. Maka tidak ada hubungan yang terjadi antara kesesuaian gaya hidup terhadap niat menggunakan aplikasi investasi saham, sehingga hipotesis “Kesesuaian gaya hidup berpengaruh positif terhadap niat menggunakan aplikasi investasi saham” ditolak. Nilai *t-square* yang dibentuk antara kesesuaian gaya hidup dengan niat menggunakan sebesar 0,0378. Dengan tingkat signifikansi 5% ($t_{tabel} = 1,96$) nilai *t-square* lebih rendah maka dari itu nilai yang dihasilkan tidak signifikan.

Kesesuaian gaya hidup terhadap niat menggunakan aplikasi investasi saham adalah ukuran dimana mahasiswa akan menggunakan aplikasi investasi saham ketika layanan ini dapat menunjang gaya hidupnya. Ukuran yang diuji dalam variabel ini berupa pertanyaan untuk meyakinkan bahwa mahasiswa pengguna aplikasi saham menggunakan layanan tersebut karena sesuai dengan gaya hidupnya. Menurut pendapat peneliti, tidak adanya hubungan antara kesesuaian gaya hidup dengan niat menggunakan disebabkan terlalu luas cakupan personal dari gaya hidup. Gaya hidup menurut Sunarto (dalam Mandey 2009) adalah gambaran bagaimana orang hidup, membelanjakan harta, dan memanfaatkan waktu mereka. Sedangkan Aplikasi investasi saham merupakan layanan untuk bertransaksi saham yang spesifik membantu persoalan keuangan. Gaya hidup secara umum dinilai mahasiswa pengguna aplikasi investasi saham kurang kuat menjadi faktor yang mendorong penggunaan aplikasi tersebut. Pendapat ini didukung oleh penelitian

Mandrata dan Sutarso (2019) terhadap penggunaan teknologi *mobile banking*. Faktor yang memiliki nilai keberagaman karakteristik tinggi tidak dapat mempengaruhi niat, dimana kesesuaian gaya hidup dalam penelitian ini tidak berpengaruh kepada niat penggunaan dikarenakan tidak semua orang memiliki perilaku keinstanan dalam bertransaksi.

4.4.6 Pengaruh Niat Menggunakan Terhadap Penggunaan Nyata Aplikasi Investasi Saham

Berdasarkan tabel 4.16 nilai *path coefficients* berada di angka positif yaitu 0,4779. Maka hubungan yang terjadi antara niat menggunakan terhadap penggunaan nyata aplikasi investasi saham adalah positif, sehingga hipotesis “Niat menggunakan berpengaruh positif terhadap penggunaan nyata aplikasi investasi saham” didukung. Nilai *t-square* yang dibentuk antara niat menggunakan dengan penggunaan nyata sebesar 7,6448. Dengan tingkat signifikansi 5% ($t\text{-tabel} = 1,96$) nilai *t-square* yang dihasilkan lebih tinggi maka dari itu hubungan positif yang dihasilkan signifikan.

Hasil ini mendukung penelitian Sarmah dkk (2021) yang menguji model TAM dimana niat menggunakan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku menggunakan. Niat menggunakan aplikasi investasi saham adalah kondisi yang terjadi sebelum penggunaan yang sebenarnya meliputi keinginan untuk menggunakan, mempelajari, dan rencana untuk sering menggunakan aplikasi saham di masa yang akan datang oleh mahasiswa.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan aplikasi saham dengan menguji persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, interaksi digital, kepercayaan kepada penyedia, dan kesesuaian gaya hidup. Penelitian dilakukan terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi yang menempuh perkuliahan di kampus yang ada di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta melalui metode survei kuesioner dengan bantuan *Google Form*. Penelitian telah mendapatkan 181 responden dan memenuhi jumlah minimal sampel yang disyaratkan untuk pengujian. Hasil pengujian yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi kegunaan yang menggambarkan manfaat dari penggunaan teknologi aplikasi investasi saham berpengaruh positif signifikan terhadap niat mahasiswa menggunakan aplikasi tersebut.
2. Persepsi kemudahan yang menggambarkan kemudahan penggunaan aplikasi investasi saham tidak berpengaruh signifikan terhadap niat mahasiswa menggunakan aplikasi tersebut.
3. Interaksi digital yang menggambarkan kesempatan berinteraksi dengan sesama pengguna aplikasi investasi saham baik melalui fitur yang disediakan dalam aplikasi tersebut maupun melalui media lain seperti grup *chatting* berpengaruh

positif tidak signifikan terhadap niat mahasiswa menggunakan aplikasi tersebut.

4. Kepercayaan kepada penyedia sebagai gambaran pengguna yang percaya pada sekuritas penyedia layanan aplikasi investasi saham berpengaruh positif signifikan terhadap niat mahasiswa menggunakan aplikasi tersebut.
5. Kesesuaian dengan gaya hidup yang menggambarkan penggunaan aplikasi investasi saham sesuai dengan gaya hidup penggunanya tidak berpengaruh terhadap niat mahasiswa menggunakan aplikasi tersebut.
6. Niat menggunakan berupa keinginan untuk mempelajari, menggunakan, dan rencana untuk sering menggunakan aplikasi investasi saham di masa yang akan datang memiliki pengaruh positif signifikan terhadap penggunaan yang sebenarnya oleh mahasiswa.

5.2 Implikasi Penelitian

Pengujian beberapa faktor yang dapat mempengaruhi mahasiswa untuk menggunakan aplikasi saham memberikan implikasi sebagai berikut :

1. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan mengenai penggunaan teori TAM dan SCT yang memadukan teori tentang penggunaan teknologi dan teori tentang pembelajaran sosial dapat diaplikasi dalam mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan teknologi, sehingga di masa yang akan datang diharapkan lebih banyak kajian tentang teknologi yang dipadukan aspek-aspek non-teknologi lainnya. Kemudian temuan persepsi

kemudahan dan gaya hidup yang tidak mempengaruhi niat penggunaan menolak teori-teori yang sudah ada dapat dikaji lebih lanjut untuk mengembangkan teori yang semakin relevan dengan zaman.

2. Implikasi Praktis

Sebagai Perusahaan Penyedia Layanan aplikasi investasi saham dapat mempertimbangkan kembali aspek-aspek yang perlu dikembangkan untuk meningkatkan penggunaan layanannya oleh nasabah seperti pentingnya fungsi dari layanan ini, memaksimalkan inovasi fitur untuk berinteraksi secara digital, dan peningkatan mutu guna meningkatkan kepercayaan dari pengguna. Penyedia layanan juga perlu mempertimbangkan kemudahan penggunaan aplikasi saham yang mungkin masih sulit dimengerti fitur-fitur yang disediakan. Selain itu, pemerintah juga perlu melakukan edukasi investasi dengan aplikasi saham agar masyarakat semakin mengenal dan percaya dengan layanan ini.

5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian

5.3.1 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang telah dilaksanakan ini memiliki keterbatasan diantaranya :

1. Pengujian faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi investasi saham dalam penelitian ini terbatas kepada variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, interaksi digital, kepercayaan terhadap penyedia, dan kesesuaian gaya hidup. Kemungkinan masih terdapat banyak faktor lainnya yang dapat mempengaruhi penggunaan aplikasi tersebut.

2. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya berjumlah 181 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi di DIY yang menggunakan aplikasi saham. Meskipun jumlah ini telah memenuhi ketentuan minimal sampel, namun masih dirasa kurang mempresentasikan seluruh mahasiswa fakultas ekonomi di DIY yang menggunakan aplikasi investasi saham.
3. Responden masih terpusat pada mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
4. Banyaknya aplikasi saham yang beredar di Indonesia dan banyaknya variasi aplikasi saham yang digunakan responden dalam penelitian ini membuat penilaian terhadap aplikasi saham berbeda-beda mengingat setiap aplikasi saham memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing.
5. Populasi mahasiswa relatif berada di masa mencoba aplikasi investasi saham, sehingga respon yang dihasilkan kurang menggambarkan pengguna sebenarnya aplikasi ini.

5.3.2 Saran Penelitian

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan dalam penelitian ini, saran yang dapat diberikan meliputi :

1. Saran bagi penelitian selanjutnya untuk menambahkan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi seseorang untuk menggunakan aplikasi investasi saham dengan memadukan berbagai teori lainnya sehingga semakin banyak faktor yang dapat divalidasi sebagai penentu penggunaan aplikasi ini.
2. Diharapkan bagi penelitian selanjutnya agar dapat memperoleh sampel yang bisa lebih mempresentasi populasi yang diteliti dengan jumlah dan sebaran

yang lebih sesuai. Sehingga penelitian dapat secara akurat menggambarkan faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi investasi saham.

3. Diharapkan bagi penelitian selanjutnya dapat meneliti spesifik ke satu aplikasi investasi saham agar mendapatkan hasil yang benar-benar akurat dari pengguna aplikasi saham dengan fitur-fitur tertentu. Sehingga ukuran evaluasi terhadap faktor-faktor seperti kegunaan aplikasi saham lebih valid.
4. Merubah segmentasi populasi yang diuji ke masyarakat usia kerja (kelompok aktif), misalnya di atas usia 22 tahun. Diharapkan masyarakat rentang usia kerja dapat memberikan tanggapan yang lebih sesuai terkait penggunaan aplikasi investasi saham karena relatif memiliki kebutuhan yang lebih tinggi terhadap aplikasi ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Alaeddin, O., Altounjy, R., Zainudin, Z., & Kamarudin, F. (2018). From Physical To Digital: Investigating Consumer Behaviour Of Switching To Mobile Wallet. *Polish Journal of Management Studies*, 17(2), 18–30. <https://doi.org/10.17512/pjms.2018.17.2.02>
- Alhudaithy, A. I., & Kitchen, P. J. (2009). Rethinking models of technology adoption for Internet banking: The role of website features. *Journal of Financial Services Marketing*, 14(1), 56–69. <https://doi.org/10.1057/fsm.2009.4>
- Arikunto, S. (1992). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Arner, D. W., Barberis, J. N., & Buckley, R. P. (2015). The Evolution of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm? *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2676553>
- Asyari, A. M. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah dalam Menggunakan BNI Mobile. *DSpace*, 101.
- Balasubramanian, S., Prabhudev Konana, & Nirup M. Menon. (2003). Customer Satisfaction in Virtual Environments: A Study of Online Investing. *Management Science*, 49(7), 871–889. JSTOR.
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1989). Human agency in social cognitive theory. *American Psychologist*, 44(9), 1175–1184. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.44.9.1175>
- Bandura, A. (1991). Social cognitive theory of moral thought and action. Dalam W. M. Kurtines & J. L. Gewirtz (Ed.), *Handbook of Moral Behavior and Development* (hlm. 1--45). L. Erlbaum.
- Bank Indonesia. (2017). *Teknologi Finansial (Fintech)*. Bank Sentral Republik Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/financial-technology/default.aspx>
- Bashir, I., & Madhavaiah, C. (2015). Consumer attitude and behavioural intention towards Internet banking adoption in India. *Journal of Indian Business Research*, 7(1), 67–102. <https://doi.org/10.1108/JIBR-02-2014-0013>
- Boateng, H., Adam, D. R., Okoe, A. F., & Anning-Dorson, T. (2016). Assessing the determinants of internet banking adoption intentions: A social cognitive theory perspective. *Computers in Human Behavior*, 65, 468–478. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.017>
- CB Insights. (2020). *State Of Fintech Report: Investment & Sector Trends To Watch* (Fintech Report Q4 2019, hlm. 102).

- Chai, S., & Kim, M. (2010). What makes bloggers share knowledge? An investigation on the role of trust. *International Journal of Information Management*, 30(5), 408–415. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2010.02.005>
- Chang, L. (1994). A Psychometric Evaluation of 4-Point and 6-Point Likert-Type Scales in Relation to Reliability and Validity. *Applied Psychological Measurement*, 18, 205–215.
- Chomeya, R. (2010). Quality of Psychology Test Between Likert Scale 5 and 6 Points. *Journal of Social Sciences*, 6.
- CIMB Niaga. (2020). *Fintech Report 2020: Maintaining Growth during Pandemic* (hlm. 73).
- Consult, A. N. (2002). China Online Banking Study. *Chinese Business Review*.
- Dahlan, Y. (2016). Pengaruh Persepsi Investor Terhadap Minat Menggunakan Layanan Sistem Online Trading Untuk Berinvestasi (Studi Kasus: Mandiri Sekuritas di Kota Padang). *E-Skripsi Universitas Andalas*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Davis, F. D., & Venkatesh, V. (1996). A critical assessment of potential measurement biases in the technology acceptance model: Three experiments. *International Journal of Human-Computer Studies*, 45(1), 19–45. <https://doi.org/10.1006/ijhc.1996.0040>
- Denaputri, A., & Usman, O. (2020). Customers' Trust and Technology Acceptance Model on Online Purchase Intention. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3647193>
- Dudley, W. C. (2017). *FinTech credit: Market structure, business models and financial stability implications*.
- Echchabi, A. (2011). *Online Banking Prospects in Morocco: An Extension of Technology Acceptance Model*. 16(3), 13.
- European Banking Federation. (2018). *Financial Technology: Ensuring diverse, stable and reliable financial services for all*.
- Exchanges Members Profile*. (t.t.). Indonesia Stock Exchange. Diambil 30 Oktober 2021, dari <https://www.idx.co.id/en-us/members-participants/exchange-members-profiles/>
- Fintech Indonesia. (2021). *Fintech Indonesia, Tentang Kami*. <https://fintech.id/id/about>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behaviour: An introduction to theory and research* (Vol. 27).

- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 untuk Penelitian Empiris* (3 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guriting, P., & Oly Ndubisi, N. (2006). Borneo online banking: Evaluating customer perceptions and behavioural intention. *Management Research News*, 29(1/2), 6–15. <https://doi.org/10.1108/01409170610645402>
- Hair, J. F. (Ed.). (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2 ed.). Sage.
- Hajiyev, J. (2017). Gen Y Members' Mobile Banking Adoption Intention And Actual Use In Azerbaijan And Turkey: The Technology Acceptance Model And Social Cognitive Theory Approach. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 22, 34.
- Hanafizadeh, P., Behboudi, M., Abedini Koshksaray, A., & Jalilvand Shirkhani Tabar, M. (2014). Mobile-banking adoption by Iranian bank clients. *Telematics and Informatics*, 31(1), 62–78. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2012.11.001>
- Hew, J.-J., Lee, V.-H., Ooi, K.-B., & Wei, J. (2015). What catalyses mobile apps usage intention: An empirical analysis. *Industrial Management & Data Systems*, 115(7), 1269–1291. <https://doi.org/10.1108/IMDS-01-2015-0028>
- Hong, S.-J. (2000). Information-Processing Costs in Online Stock Trading. *Electronic Markets*, 10(3), 192–196. <https://doi.org/10.1080/10196780050177107>
- IDX Statistics 2020* (hlm. 221). (2021). [Annual]. Bursa Efek Indonesia. https://www.idx.co.id/media/9628/idx_annually-statistic_2020.pdf
- Jogiyanto, H. (2007). *Sistem informasi keperilakuan*. Andi Offset.
- Knewton, H. S., & Rosenbaum, Z. A. (2020). Toward understanding FinTech and its industry. *Managerial Finance*, 46(8), 1043–1060. <https://doi.org/10.1108/MF-01-2020-0024>
- Konana, P., & Balasubramanian, S. (2005). The Social–Economic–Psychological model of technology adoption and usage: An application to online investing. *Decision Support Systems*, 39(3), 505–524. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2003.12.003>
- Konana, P., Menon, N. M., & Balasubramanian, S. (2000). The implications of online investing. *Communications of the ACM*, 43(1), 34–41. <https://doi.org/10.1145/323830.323842>
- KSEI. (2021). *Statistik Pasar Modal Indonesia Februari 2021* (hlm. 6). PT Kustodian Sentral Efek Indonesia. https://www.ksei.co.id/files/Statistik_Publik_Februari_2021.pdf
- Lai, V. S., Chau, P. Y. K., & Cui, X. (2010). Examining internet banking acceptance: A comparison of alternative technology adoption models. *International Journal of Electronic Business*, 8(1), 51. <https://doi.org/10.1504/IJEB.2010.030716>

- Lee, K.-W., Tsai, M.-T., & Lanting, M. C. L. (2011). From marketplace to marketpace: Investigating the consumer switch to online banking. *Electronic Commerce Research and Applications*, 10(1), 115–125. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2010.08.005>
- Lee, Y.-H., Hsieh, Y.-C., & Hsu, C.-N. (2011). Adding Innovation Diffusion Theory to the Technology Acceptance Model: Supporting Employees' Intentions to use E-Learning Systems. *Journal of Educational Technology & Society*, 14(4), 124–137. JSTOR.
- Lerner, R. M. (1982). Children and adolescents as producers of their own development. *Developmental Review*, 2(4), 342–370. [https://doi.org/10.1016/0273-2297\(82\)90018-1](https://doi.org/10.1016/0273-2297(82)90018-1)
- Luthfianto, D. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Jalan Korea*. 6, 18.
- Makkulau, A. R., & Rauf, R. (2020). Model Penerapan Aplikasi “Virtual Trading” Dalam Meningkatkan Minat Investasi Mahasiswa Sebagai Investor Pemula. *Journal of Management*, 3(3), 12.
- Mandey, S. L. (2009). Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal*, 6(1).
- Mandrata, M. I., & Sutarso, Y. (2019). Pengaruh Kegunaan, Kesesuaian, Keuntungan Relatif, Motivasi Hedonik Dan Risiko Yang Dirasakan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Mandiri Surabaya Yang Dimediasi Niat Perilaku Nasabah. *Journal of Business & Banking*, 9(1). <https://doi.org/10.14414/jbb.v9i1.1501>
- Manuel, H. (2019). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Kepercayaan dan Kualitas Informasi pada Aplikasi Investasi Online Terhadap Minat Investasi Saham. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 7(2), 30.
- Mauro C. Hernandez, J., & Afonso Mazzon, J. (2007). Adoption of internet banking: Proposition and implementation of an integrated methodology approach. *International Journal of Bank Marketing*, 25(2), 72–88. <https://doi.org/10.1108/02652320710728410>
- Moon, J.-W., & Kim, Y.-G. (2001). Extending the TAM for a World-Wide-Web context. *Information & Management*, 38(4), 217–230. [https://doi.org/10.1016/S0378-7206\(00\)00061-6](https://doi.org/10.1016/S0378-7206(00)00061-6)
- Mulyani, A., & Kurniadi, D. (2017). Analisis Penerimaan Teknologi Student Information Terminal (S-IT) Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Wawasan Ilmiah AMIK Garut*, 7(12), 27–41.
- Mun, Y. P., Khalid, H., & Nadarajah, D. (2017). Millennials' Perception on Mobile Payment Services in Malaysia. *Procedia Computer Science*, 124, 397–404. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.12.170>
- Narayan, B. (2013). From Everyday Information Behaviours to Clickable Solidarity. *Cosmopolitan Civil Societies: An Interdisciplinary Journal*, 5(3), 32–53. <https://doi.org/10.5130/ccs.v5i3.3488>

- Nysveen, H. (2005). Intentions to Use Mobile Services: Antecedents and Cross-Service Comparisons. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 33(3), 330–346. <https://doi.org/10.1177/0092070305276149>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). *Kenali Sumber Keuntungan Berinvestasi di Pasar Modal*. Sikapiuangmu OJK. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/40695>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Investasi Kekinian: Mudah, Menguntungkan, dan Bermanfaat*. Sikapiuangmu OJK. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/40725>
- Oxford Analytica. (2021). *Rising US retail stock trading will draw modest reform* [Emerald Expert Briefings]. Oxford Analytica.
- Park, H., & Kim, Y.-K. (2014). The role of social network websites in the consumer–brand relationship. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(4), 460–467. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.03.011>
- Patel, K. J., & Patel, H. J. (2018). Adoption of internet banking services in Gujarat: An extension of TAM with perceived security and social influence. *International Journal of Bank Marketing*, 36(1), 147–169. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2016-0104>
- Ramayah, T., Rouibah, K., Gopi, M., & Rangel, G. J. (2009). A decomposed theory of reasoned action to explain intention to use Internet stock trading among Malaysian investors. *Computers in Human Behavior*, 25(6), 1222–1230. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.06.007>
- Ratten, V., & Ratten, H. (2007). Social cognitive theory in technological innovations. *European Journal of Innovation Management*, 10(1), 90–108. <https://doi.org/10.1108/14601060710720564>
- Raut, R. K., & Das, N. (2017). Individual investors' attitude towards online stock trading: Some evidence from a developing country. *International Journal of Economics and Business Research*, 14(3/4), 254. <https://doi.org/10.1504/IJEBR.2017.087495>
- Riyadi, A. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta). *Institutional Repository UIN Sunan Kalijaya Yogyakarta*.
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of innovations* (3rd ed). Free Press ; Collier Macmillan.
- Saksonova, S., & Merlino, I. K. (2017). Fintech as Financial Innovation—The Possibilities and Problems of Implementation. *EUROPEAN RESEARCH STUDIES JOURNAL*, XX(Issue 3A), 961–973. <https://doi.org/10.35808/ersj/757>
- Sarmah, R., Dhiman, N., & Kanojia, H. (2021). Understanding intentions and actual use of mobile wallets by millennial: An extended TAM model perspective. *Journal of Indian Business Research*, 13(3), 361–381. <https://doi.org/10.1108/JIBR-06-2020-0214>

- Scott, J. (2014). *A Dictionary of Sociology* (4 ed.). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acref/9780199683581.001.0001>
- Seetharaman, A., Kumar, K. N., Palaniappan, S., Weber, G., & Steinbach, R. (2017). *Factors Influencing Behavioural Intention to Use the Mobile Wallet in Singapore*. 21.
- Shaikh, I. M., Qureshi, M. A., Noordin, K., Shaikh, J. M., Khan, A., & Shahbaz, M. S. (2020). Acceptance of Islamic financial technology (FinTech) banking services by Malaysian users: An extension of technology acceptance model. *Foresight*, 22(3), 367–383. <https://doi.org/10.1108/FS-12-2019-0105>
- Sharma, S. K., & Sharma, M. (2019). Examining the role of trust and quality dimensions in the actual usage of mobile banking services: An empirical investigation. *International Journal of Information Management*, 44, 65–75. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.09.013>
- Smith, R. G., & Grabosky, P. N. (2001). Online Securities Fraud. *Journal of Financial Crime*, 9(1), 54–70. <https://doi.org/10.1108/eb026007>
- Soh, P. P. C. (2001). *Profit from online stock investment*. McGraw-Hill.
- Steven, M. (2018). Investor Belum Optimalkan Online Trading. *Ipotnews*.
- Suad, H., & Enny, P. (2015). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (7 ed.). UPP AMP YKPN.
- Sudaryo, Y., Sofiati, N. A., Yosep, M. A., & Nurdiansyah, B. (t.t.). *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia*. Penerbit Andi.
- Suh, B., & Han, I. (2002). Effect of trust on customer acceptance of Internet banking. *Electronic Commerce Research and Applications*, 1(3–4), 247–263. [https://doi.org/10.1016/S1567-4223\(02\)00017-0](https://doi.org/10.1016/S1567-4223(02)00017-0)
- Taylor, S., & Todd, P. (1995). Assessing IT Usage: The Role of Prior Experience. *MIS Quarterly*, 19(4), 561. <https://doi.org/10.2307/249633>
- Tentang Fintech Indonesia*. (t.t.). Fintech Indonesia. Diambil 30 Oktober 2021, dari <https://fintech.id/id/about>
- Todd, R. J. (1998). From Net Surfers to Net Seekers: The WWW, Critical Literacies and Learning Outcomes. *IASL Annual Conference Proceedings*, 231–242. <https://doi.org/10.29173/iasl8173>
- Turner, M., Kitchenham, B., Brereton, P., Charters, S., & Budgen, D. (2010). Does the technology acceptance model predict actual use? A systematic literature review. *Information and Software Technology*, 52(5), 463–479. <https://doi.org/10.1016/j.infsof.2009.11.005>
- Venkatesh, Thong, & Xu. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. JSTOR.

- Vermaat, M., Sebok, S. L., Freund, S. M., Campbell, J. T., & Frydenberg, M. (2016). *Discovering computers 2016: Tools, apps, devices, and the impact of technology*. Cengage Learning.
- Wong, C. C., & Hiew, P. L. (2005). Drivers and barriers of mobile entertainment: Empirical study from a Malaysian survey. *Proceedings of ICSSSM '05. 2005 International Conference on Services Systems and Services Management, 2005.*, 1325-1330 Vol. 2. <https://doi.org/10.1109/ICSSSM.2005.1500213>
- Wong, W. H., & Mo, W. Y. (2019). A Study of Consumer Intention of Mobile Payment in Hong Kong, Based on Perceived Risk, Perceived Trust, Perceived Security and Technological Acceptance Model. *Journal of Advanced Management Science*, 33–38. <https://doi.org/10.18178/joams.7.2.33-38>
- Wu, J.-J., Khan, H. A., Chien, S.-H., & Wen, C.-H. (2021). Effect of customization, core self-evaluation, and information richness on trust in online insurance service: Intelligent agent as a moderating variable. *Asia Pacific Management Review*, S1029313221000427. <https://doi.org/10.1016/j.apmrv.2021.04.001>
- Xiao, A. (2018). The Concept of Social Interaction in Communication, Technology, Community. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, 7(2).
- Zhang, W., Wang, P., & Li, Y. (2021). Do messages on online stock forums spur firm productivity? *Pacific-Basin Finance Journal*, 68, 101609. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2021.101609>

LAMPIRAN 1

Kuesioner Penelitian

Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan nama saya Rozan Ahmad Athaya, mahasiswa tingkat akhir Jurusan Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian Tugas Akhir tentang “Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, dan Nilai - Nilai Sosial Kognitif Terhadap Niat Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Investasi Saham”. Responden yang saya butuhkan adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas seluruh Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang menggunakan aplikasi investasi saham seperti IPOT, Stockbit, MOST Mandiri, Ajaib, dll.

Sehubungan dengan perihal tersebut, saya mengharapkan bantuan Saudara/i untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Saya berharap saudara/i mengisi kuesioner dengan sebenar-benarnya dan apa adanya demi membantu penelitian ini. Seluruh data responden hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian dan akan dijaga kerahasiaannya. Terima kasih atas waktu dan kesediaan saudara/i dalam mengisi kuesioner ini. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Peneliti,

Rozan Ahmad Athaya

DEMOGRAFI RESPONDEN

1. Nama: (boleh inisial)
2. Asal Universitas: ...
3. Jurusan:
 - Akuntansi
 - Ekonomi
 - Manajemen
4. Jenis Kelamin:
 - Laki-laki
 - Perempuan
5. Kelompok usia:
 - 17 s/d 19 tahun
 - 19+ s/d 20 tahun
 - 20+ s/d 21 tahun
 - 21+ s/d 22 tahun
 - Lebih dari 22 tahun
6. Aplikasi investasi saham yang digunakan (pilih yang paling sering digunakan jika terdapat lebih dari 1):
 - IPOT
 - Stockbit
 - MOST Mandiri
 - BIONS BNI
 - Ajaib
 - Lainnya
7. Tipe investor menurut profil risiko:
 - *kriteria investor berdasarkan tingkat peluang dan kerugian investasi yang diambil
 - Konservatif (Cenderung memilih saham yang aman, namun keuntungan kecil)
 - Moderat (Cenderung memilih saham dengan resiko dan keuntungan sedang)
 - Agresif (Cenderung memilih saham yang beresiko dengan keuntungan tinggi)

KUESIONER PENELITIAN

Petunjuk Pengisian Kuesioner:

1. Baca dan isilah setiap pernyataan dengan benar sesuai dengan kenyataan yang ada pada diri anda.
 2. Berilah tanda *checklist* () pada jawaban yang anda pilih.
 3. Keterangan:
STS = Sangat Tidak Setuju AS =Agak Setuju
TS = Tidak Setuju S = Setuju
ATS =Agak Tidak Setuju SS = Sangat Setuju
-

1. Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Mengukur tingkat kegunaan aplikasi investasi saham sebagai layanan teknologi finansial yang membantu pengguna dalam berbagai aspek untuk produktivitas investasi.

No	Persepsi Kegunaan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	Aplikasi investasi saham mempercepat transaksi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Aplikasi investasi saham dapat digunakan dimana saja.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Aplikasi investasi saham dapat meningkatkan produktivitas berinvestasi saham.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Aplikasi investasi saham dapat diakses dengan cepat.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Aplikasi investasi saham mempermudah akses informasi investasi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

Mengukur seberapa mudah aplikasi investasi saham digunakan oleh pengguna layanannya.

No	Persepsi Kemudahan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	Aplikasi investasi saham mudah untuk dipelajari.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Aplikasi investasi saham mudah untuk dioperasikan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3	Aplikasi investasi saham mempunyai cara kerja yang mudah diingat.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Saya merasa mudah membuat aplikasi investasi saham melakukan apa yang saya inginkan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Aplikasi investasi saham mudah untuk didapatkan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Interaksi Digital

Mengukur seberapa penting kesempatan berinteraksi dengan sesama pengguna aplikasi saham baik melalui aplikasi dan/atau layanan grup chat yang disediakan penyedia maupun komunitas.

No	Interaksi Digital	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	Berinteraksi dengan pelanggan lain secara daring akan memperkaya pengalaman investasi saham.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Aspek sosial untuk investasi saham lewat aplikasi penting bagi saya.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Saya akan menikmati interaksi percakapan sesama pengguna aplikasi saham.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Berpartisipasi dalam pembicaraan investasi saham di aplikasi dan/atau grup chatting sangatlah menarik.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Secara keseluruhan, saya akan menggunakan aplikasi investasi saham jika ada kesempatan berinteraksi dengan pengguna lainnya.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Kepercayaan Kepada Penyedia (*Trust*)

Mengukur hubungan kepercayaan antara pengguna aplikasi investasi saham dengan sekuritas penyedia layanan tersebut.

No	Kepercayaan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	Saya percaya sekuritas saya menawarkan aplikasi investasi saham yang aman.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Sekuritas penyedia aplikasi investasi saham tidak akan membocorkan informasi pribadi saya.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3	Saya akan merasa aman ketika aplikasi investasi saham yang dikelola sekuritas memproses transaksi saya.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Saya merasa informasi yang diberikan penyedia aplikasi investasi saham aman dan dapat dipercaya.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Saya merasa yakin dengan penawaran yang diberikan sekuritas penyedia aplikasi investasi saham.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Kesesuaian Dengan Gaya Hidup

Mengukur pengaruh gaya hidup terhadap penggunaan aplikasi investasi saham.

No	Kesesuaian dengan Gaya Hidup	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	Menggunakan aplikasi investasi saham akan sesuai dengan gaya hidup saya.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Menggunakan aplikasi investasi saham akan cocok dengan keinginan saya berinvestasi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Menggunakan aplikasi investasi saham akan kompatibel dengan sebagian besar cara saya dalam berinvestasi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Menggunakan aplikasi investasi saham akan sesuai dengan kebiasaan saya berinvestasi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Niat Menggunakan (*Intention to Use*)

Mengukur niat menggunakan aplikasi investasi saham.

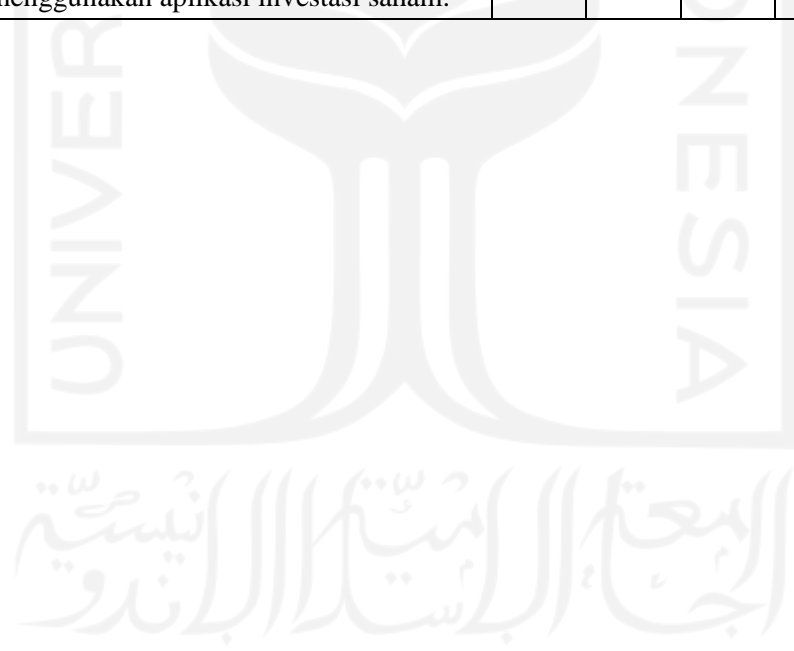
No	Niat Menggunakan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	Saya berniat untuk menggunakan aplikasi investasi saham dimasa yang akan datang.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Dimasa yang akan datang, saya akan mempelajari penggunaan aplikasi investasi saham.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Saya akan senang menggunakan aplikasi investasi saham di masa yang akan datang.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Dimasa yang akan datang, saya akan selalu menggunakan aplikasi investasi saham dalam kehidupan sehari-hari.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5	Dimasa yang akan datang, saya berencana untuk lebih sering menggunakan aplikasi investasi saham.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
---	--	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

7. Penggunaan Nyata (*Actual Use*)

Mengukur penggunaan nyata aplikasi investasi saham.

No	Penggunaan Nyata	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	Saya suka menggunakan aplikasi investasi saham.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Saya sering menggunakan aplikasi investasi saham.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Sebagian besar aktivitas transaksi saham saya menggunakan aplikasi investasi saham.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Saya puas bertransaksi dengan aplikasi investasi saham.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Saya memiliki kebutuhan untuk menggunakan aplikasi investasi saham.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



LAMPIRAN 2

Data Identitas Responden

No	Nama (Boleh Inisial)	Asal Universitas	Jurusan Perkuliahan	Jenis Kelamin	Kelompok Usia	Aplikasi Saham	Profil Risiko
1	Amru	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Ekonomi	Laki-Laki	21+ s/d 22 tahun	STOCKBIT	Konservatif
2	Suun	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Laki-Laki	21+ s/d 22 tahun	STOCKBIT	Moderat
3	Tor	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	Akuntansi	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	IPOT	Moderat
4	Ananda Tri Putra	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	IPOT	Konservatif
5	Dimas	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Laki-Laki	21+ s/d 22 tahun	Lainnya	Konservatif
6	Ovi	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	IPOT	Agresif
7	R	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Perempuan	Lebih dari 22 tahun	STOCKBIT	Konservatif
8	Fapfa	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Laki-Laki	21+ s/d 22 tahun	IPOT	Konservatif
9	Ayu kaya	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Perempuan	Lebih dari 22 tahun	Ajaib	Moderat
10	Dea	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	IPOT	Moderat
11	Nabila	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	Ajaib	Moderat
12	Khori	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	Ajaib	Moderat
13	Lia	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	IPOT	Moderat
14	Zain	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	IPOT	Moderat
15	Diah	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Perempuan	Lebih dari 22 tahun	STOCKBIT	Moderat
16	Ajeng	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Perempuan	Lebih dari 22 tahun	STOCKBIT	Konservatif
17	Desi	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	MOST Mandiri	Konservatif
18	Farah	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	IPOT	Moderat
19	Syarif	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	IPOT	Konservatif
20	Christopher	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	Lainnya	Moderat

Data Identitas Responden (lanjutan)

No.	Nama (Boleh Inisial)	Asal Universitas	Jurusan Perkuliahan	Jenis Kelamin	Kelompok Usia	Aplikasi Saham	Profil Risiko
21	novi vianita	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Akuntansi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	MOST Mandiri	Agresif
22	Naufal	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	IPOT	Konservatif
23	Eli	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	Ajaib	Konservatif
24	Gina	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	Lainnya	Konservatif
25	Rahma	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Manajemen	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	IPOT	Moderat
26	Novi	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Manajemen	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	IPOT	Moderat
27	Amalia	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Akuntansi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	MOST Mandiri	Moderat
28	Nisa	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Manajemen	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	MOST Mandiri	Moderat
29	Bena	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Manajemen	Laki-Laki	21+ s/d 22 tahun	MOST Mandiri	Agresif
30	Rizky	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Manajemen	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	MOST Mandiri	Moderat
31	Novi	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Manajemen	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	MOST Mandiri	Konservatif
32	Windi	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Akuntansi	Perempuan	Lebih dari 22 tahun	MOST Mandiri	Konservatif
33	Naura	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Akuntansi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	Lainnya	Konservatif
34	Rifai	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Akuntansi	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	Lainnya	Konservatif
35	Bagas	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Manajemen	Laki-Laki	21+ s/d 22 tahun	Lainnya	Agresif

Data Identitas Responden (lanjutan)

No.	Nama (Boleh Inisial)	Asal Universitas	Jurusan Perkuliahan	Jenis Kelamin	Kelompok Usia	Aplikasi Saham	Profil Risiko
36	Eka	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Manajemen	Laki-Laki	21+ s/d 22 tahun	Ajaib	Agresif
37	Nita	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Manajemen	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	STOCKBIT	Moderat
38	Josua	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Manajemen	Laki-Laki	21+ s/d 22 tahun	STOCKBIT	Moderat
39	Finna	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	Lainnya	Konservatif
40	santi	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	BIONS BNI	Konservatif
41	N	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	Lainnya	Agresif
42	Fiqqq	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	IPOT	Konservatif
43	ANGGIT	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	Lainnya	Moderat
44	Umay	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	Ajaib	Konservatif
45	Yeni	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	Lainnya	Agresif
46	HLK	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	BIONS BNI	Agresif
47	Nana	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	Lainnya	Moderat
48	Shanly Idamsyah	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Laki-Laki	21+ s/d 22 tahun	IPOT	Moderat
49	Aldita	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	Ajaib	Konservatif
50	Luthfan Fadhila	Universitas Negeri Yogyakarta	Akuntansi	Laki-Laki	Lebih dari 22 tahun	MOST Mandiri	Moderat
51	Fikri	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	IPOT	Moderat
52	Yasmin	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	MOST Mandiri	Konservatif
53	cut muthia	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	Ajaib	Konservatif
54	Saphira P.E	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Perempuan	19+ s/d 20 tahun	Ajaib	Moderat
55	Idoy	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Laki-Laki	21+ s/d 22 tahun	IPOT	Konservatif
56	Lecy	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Ekonomi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	IPOT	Moderat

Data Identitas Responden (lanjutan)

No.	Nama (Boleh Inisial)	Asal Universitas	Jurusan Perkuliahan	Jenis Kelamin	Kelompok Usia	Aplikasi Saham	Profil Risiko
57	Iqbal	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	STOCKBIT	Konservatif
58	Yuanita	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	Ajaib	Agresif
59	Budi	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Laki-Laki	19+ s/d 20 tahun	STOCKBIT	Konservatif
60	Shafa Khaerunnisa	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	Lainnya	Moderat
61	Rahma	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Manajemen	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	BIONS BNI	Moderat
62	Dimas	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Akuntansi	Laki-Laki	21+ s/d 22 tahun	MOST Mandiri	Konservatif
63	Nadhifa Pranandayu	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	IPOT	Moderat
64	Aldi	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	MOST Mandiri	Konservatif
65	Sin	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	Lainnya	Moderat
66	Farah	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	BIONS BNI	Moderat
67	Nisri	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	Ajaib	Agresif
68	Irgi	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	STOCKBIT	Konservatif
69	MOD	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	MOST Mandiri	Konservatif
70	Satria	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	STOCKBIT	Konservatif
71	Cucuk	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	Ajaib	Agresif
72	Haya Zahra	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	Lainnya	Moderat
73	Nabila Dea	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	BIONS BNI	Moderat
74	Khoirun	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	IPOT	Moderat
75	Amma	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	IPOT	Moderat
76	Ilham	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Laki-Laki	21+ s/d 22 tahun	MOST Mandiri	Konservatif
77	Bayu	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Laki-Laki	19+ s/d 20 tahun	STOCKBIT	Konservatif
78	Adelia Azka	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	IPOT	Moderat

Data Identitas Responden (lanjutan)

No.	Nama (Boleh Inisial)	Asal Universitas	Jurusan Perkuliahan	Jenis Kelamin	Kelompok Usia	Aplikasi Saham	Profil Risiko
79	Lesti	Universitas Gadjah Mada	Ekonomi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	Lainnya	Moderat
80	Setyo	Universitas Gadjah Mada	Manajemen	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	MOST Mandiri	Konservatif
81	P	Universitas Gadjah Mada	Akuntansi	Laki-Laki	21+ s/d 22 tahun	MOST Mandiri	Konservatif
82	Cucuk	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	IPOT	Moderat
83	Ade Fitri	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	Ekonomi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	Ajaib	Agresif
84	Ifa Rizki Utami	Universitas Ahmad Dahlan	Ekonomi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	IPOT	Moderat
85	Gilang	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	Manajemen	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	MOST Mandiri	Konservatif
86	Zahra	Universitas Ahmad Dahlan	Ekonomi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	Lainnya	Moderat
87	Hesa	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Laki-Laki	19+ s/d 20 tahun	STOCKBIT	Konservatif
88	A	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	Manajemen	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	BIONS BNI	Moderat
89	Kukuh Hartanto	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	Akuntansi	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	STOCKBIT	Konservatif
90	Ika	Universitas Ahmad Dahlan	Ekonomi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	IPOT	Moderat
91	AK	Universitas Gadjah Mada	Akuntansi	Laki-Laki	21+ s/d 22 tahun	MOST Mandiri	Konservatif
92	SAN	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	Akuntansi	Perempuan	Lebih dari 22 tahun	IPOT	Agresif
93	Setyo	Universitas Ahmad Dahlan	Akuntansi	Laki-Laki	21+ s/d 22 tahun	MOST Mandiri	Konservatif
94	P	Universitas Ahmad Dahlan	Ekonomi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	Lainnya	Moderat
95	Siti Nur S	Universitas Ahmad Dahlan	Manajemen	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	BIONS BNI	Moderat
96	Avito Destriani	Universitas Gadjah Mada	Ekonomi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	IPOT	Moderat
97	Ario Dwi Arso	Universitas Ahmad Dahlan	Akuntansi	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	STOCKBIT	Konservatif
98	Deni	Universitas Ahmad Dahlan	Manajemen	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	MOST Mandiri	Konservatif
99	Syarif	Universitas Gadjah Mada	Akuntansi	Laki-Laki	19+ s/d 20 tahun	STOCKBIT	Konservatif
100	Nita	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	Ajaib	Agresif
101	Adelia	Universitas Ahmad Dahlan	Ekonomi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	IPOT	Moderat
102	P	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	Akuntansi	Laki-Laki	19+ s/d 20 tahun	STOCKBIT	Konservatif
103	Rizki Budi	Universitas Ahmad Dahlan	Akuntansi	Laki-Laki	19+ s/d 20 tahun	IPOT	Konservatif

Data Identitas Responden (lanjutan)

No.	Nama (Boleh Inisial)	Asal Universitas	Jurusan Perkuliahan	Jenis Kelamin	Kelompok Usia	Aplikasi Saham	Profil Risiko
104	Gamas	Universitas Gadjah Mada	Akuntansi	Laki-Laki	19+ s/d 20 tahun	IPOT	Konservatif
105	Ilham	Universitas Ahmad Dahlan	Akuntansi	Laki-Laki	19+ s/d 20 tahun	IPOT	Konservatif
106	Fadil	Universitas Gadjah Mada	Akuntansi	Laki-Laki	19+ s/d 20 tahun	IPOT	Konservatif
107	Akmal Abdillah	Universitas Ahmad Dahlan	Akuntansi	Laki-Laki	19+ s/d 20 tahun	IPOT	Konservatif
108	Farel	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Laki-Laki	19+ s/d 20 tahun	IPOT	Konservatif
109	Izza	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Ekonomi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	Lainnya	Moderat
110	Anindaita Prasasti	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Perempuan	19+ s/d 20 tahun	Ajaib	Konservatif
111	Ulfa	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Laki-Laki	Lebih dari 22 tahun	IPOT	Agresif
112	Khrisna	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi	Laki-Laki	21+ s/d 22 tahun	MOST Mandiri	Konservatif
113	Dhiva	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Perempuan	Lebih dari 22 tahun	IPOT	Agresif
114	Almira	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	IPOT	Moderat
115	Galih	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Laki-Laki	19+ s/d 20 tahun	STOCKBIT	Konservatif
116	Nikhmah	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	IPOT	Moderat
117	Rizki Amanda P	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	MOST Mandiri	Konservatif
118	Mala	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Perempuan	Lebih dari 22 tahun	IPOT	Agresif
119	Ilham	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Laki-Laki	19+ s/d 20 tahun	STOCKBIT	Konservatif
120	Paramartha	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	MOST Mandiri	Konservatif
121	Tri Desi	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	IPOT	Moderat
122	Lalu	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi	Laki-Laki	21+ s/d 22 tahun	MOST Mandiri	Konservatif
123	Dinda	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	Lainnya	Moderat
124	Lulu	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	Ajaib	Agresif
125	A	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	STOCKBIT	Konservatif
126	Afifah	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	IPOT	Moderat
127	Nadia	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	BIONS BNI	Moderat

Data Identitas Responden (lanjutan)

No.	Nama (Boleh Inisial)	Asal Universitas	Jurusan Perkuliahan	Jenis Kelamin	Kelompok Usia	Aplikasi Saham	Profil Risiko
128	Vera Afifa	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Perempuan	Lebih dari 22 tahun	IPOT	Agresif
129	Nabila	Universitas Ahmad Dahlan	Ekonomi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	IPOT	Moderat
130	Danang	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Laki-Laki	21+ s/d 22 tahun	STOCKBIT	Konservatif
131	Rahma Abista	Universitas Ahmad Dahlan	Ekonomi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	Lainnya	Moderat
132	B	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	MOST Mandiri	Konservatif
133	Rifqi	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Laki-Laki	19+ s/d 20 tahun	STOCKBIT	Konservatif
134	Maulidia	Universitas Ahmad Dahlan	Ekonomi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	IPOT	Moderat
135	Lubna Atia	Universitas Ahmad Dahlan	Manajemen	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	BIONS BNI	Moderat
136	Anissa Septi	Universitas Ahmad Dahlan	Ekonomi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	Ajaib	Agresif
137	Aprilianti	Universitas Ahmad Dahlan	Akuntansi	Perempuan	Lebih dari 22 tahun	IPOT	Agresif
138	Dafa	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	MOST Mandiri	Konservatif
139	Desi Noviana	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	Ajaib	Konservatif
140	cc	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Perempuan	19+ s/d 20 tahun	STOCKBIT	Moderat
141	S	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Laki-Laki	19+ s/d 20 tahun	Lainnya	Konservatif
142	Dewa	Universitas Ahmad Dahlan	Akuntansi	Laki-Laki	19+ s/d 20 tahun	STOCKBIT	Konservatif
143	Bunga Putri	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Ekonomi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	Ajaib	Agresif
144	Fatma	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Manajemen	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	BIONS BNI	Moderat
145	Fatima	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	IPOT	Moderat
146	Diah	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Perempuan	Lebih dari 22 tahun	IPOT	Agresif
147	Khoirunnisa	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	IPOT	Moderat
148	Aldin Wildan	Universitas Ahmad Dahlan	Akuntansi	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	STOCKBIT	Konservatif

Data Identitas Responden (lanjutan)

No.	Nama (Boleh Inisial)	Asal Universitas	Jurusan Perkuliahan	Jenis Kelamin	Kelompok Usia	Aplikasi Saham	Profil Risiko
149	Atika	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	Lainnya	Moderat
150	R	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Akuntansi	Laki-Laki	21+ s/d 22 tahun	MOST Mandiri	Konservatif
151	KK	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Laki-Laki	19+ s/d 20 tahun	STOCKBIT	Konservatif
152	L	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	STOCKBIT	Konservatif
153	Oky	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Manajemen	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	MOST Mandiri	Konservatif
154	Dayat Muslim	Universitas Ahmad Dahlan	Akuntansi	Laki-Laki	21+ s/d 22 tahun	MOST Mandiri	Konservatif
155	Anastasia	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Ekonomi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	IPOT	Moderat
156	Fany	Universitas Ahmad Dahlan	Ekonomi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	IPOT	Moderat
157	Ayu Maulinda P	Universitas Ahmad Dahlan	Ekonomi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	Ajaib	Agresif
158	Dini	Universitas Ahmad Dahlan	Akuntansi	Perempuan	Lebih dari 22 tahun	IPOT	Agresif
159	Aud	Universitas Gadjah Mada	Ekonomi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	Ajaib	Agresif
160	Ines	Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta	Ekonomi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	Lainnya	Moderat
161	Izza	Universitas Ahmad Dahlan	Manajemen	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	BIONS BNI	Moderat
162	Imam	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	STOCKBIT	Konservatif
163	Nadia	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	IPOT	Moderat
164	Syarif	Universitas Ahmad Dahlan	Akuntansi	Laki-Laki	21+ s/d 22 tahun	MOST Mandiri	Konservatif
165	Retno	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	IPOT	Moderat
166	B	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	MOST Mandiri	Konservatif
167	Ihsan	Universitas Gadjah Mada	Manajemen	Laki-Laki	Lebih dari 22 tahun	IPOT	Agresif
168	Faisal Firman	Universitas Ahmad Dahlan	Akuntansi	Laki-Laki	19+ s/d 20 tahun	STOCKBIT	Konservatif
169	Desi	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	BIONS BNI	Moderat

Data Identitas Responden (lanjutan)

No.	Nama (Boleh Inisial)	Asal Universitas	Jurusan Perkuliahan	Jenis Kelamin	Kelompok Usia	Aplikasi Saham	Profil Risiko
170	Erika	Universitas Gadjah Mada	Ekonomi	Perempuan	21+ s/d 22 tahun	Ajaib	Agresif
171	Sheylla Agita Putri	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	Manajemen	Perempuan	Lebih dari 22 tahun	IPOT	Agresif
172	Deni	Universitas Gadjah Mada	Akuntansi	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	STOCKBIT	Konservatif
173	Afe	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	Lainnya	Moderat
174	Arin	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Perempuan	Lebih dari 22 tahun	IPOT	Agresif
175	Deni	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Laki-Laki	20+ s/d 21 tahun	STOCKBIT	Konservatif
176	Gilang	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Laki-Laki	21+ s/d 22 tahun	MOST Mandiri	Konservatif
177	Jeje	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Laki-Laki	19+ s/d 20 tahun	IPOT	Konservatif
178	Dafa	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Laki-Laki	19+ s/d 20 tahun	IPOT	Konservatif
179	Hafid Prasetyo	Universitas Ahmad Dahlan	Manajemen	Laki-Laki	19+ s/d 20 tahun	IPOT	Konservatif
180	Fir	Universitas Islam Indonesia	Manajemen	Perempuan	20+ s/d 21 tahun	STOCKBIT	Moderat
181	Ananda HK	Universitas Islam Indonesia	Akuntansi	Laki-Laki	21+ s/d 22 tahun	IPOT	Konservatif

LAMPIRAN 3

Tabulasi Data

No.	Persepsi Kegunaan					Persepsi Kemudahan					Interaksi Digital					Kepercayaan ke Penyedia				
	KG1	KG2	KG3	KG4	KG5	KM1	KM2	KM3	KM4	KM5	ID1	ID2	ID3	ID4	ID5	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5
1	4	5	6	5	5	4	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	6	6	6	6	4	5	6	4	5	6	5	4	5	5	5	6	5	6	6
3	6	6	6	6	6	4	4	5	5	6	5	4	4	4	4	6	5	6	5	5
4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5
6	6	6	6	6	5	4	5	5	5	6	6	6	6	6	6	5	4	5	4	5
7	3	5	4	5	3	3	3	4	2	5	3	4	3	5	4	3	3	3	3	2
8	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5
9	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
10	3	3	3	3	3	5	5	5	4	4	6	6	5	5	5	5	5	5	5	6
11	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5
12	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6
13	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6
14	5	5	5	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5	6	6
15	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6
16	5	5	5	5	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6
17	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	5	6	6	6	6	6	6	6	5	6
18	5	5	5	5	6	6	6	6	5	6	2	2	2	2	3	5	5	5	5	5
19	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6
20	6	6	5	5	5	4	4	5	4	5	6	3	3	4	5	6	5	6	6	6
21	4	5	5	5	4	6	6	6	5	6	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4
22	5	5	5	5	5	6	6	6	6	5	2	2	2	3	2	5	5	5	5	5
23	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Tabulasi Data (lanjutan)

No.	Persepsi Kegunaan					Persepsi Kemudahan					Interaksi Digital					Kepercayaan ke Penyedia				
	KG1	KG2	KG3	KG4	KG5	KM1	KM2	KM3	KM4	KM5	ID1	ID2	ID3	ID4	ID5	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5
25	6	5	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
28	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	6	6	6	5	5	5	5	4	5	5
29	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
30	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6
31	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4
33	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
34	5	5	5	5	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	6	6	6	6	6
35	5	5	5	4	5	3	3	3	3	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
36	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
37	6	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	5	6	6	6	5	5	5	6	6
38	6	6	6	6	6	3	3	3	3	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
39	5	5	5	5	6	5	5	5	6	5	5	6	5	5	5	6	5	5	5	5
40	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	5
41	6	6	6	6	5	6	6	5	5	6	6	5	4	4	4	5	5	6	6	6
42	5	6	5	6	6	6	5	6	6	5	5	5	6	5	6	6	5	6	5	6
43	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	6
44	4	4	5	6	6	4	4	4	4	6	5	2	4	4	3	6	4	4	5	4
45	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6
46	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	4	4	6	3	6	4	3	5	6
47	6	6	6	6	4	6	5	6	5	6	6	5	6	6	5	5	6	5	6	5
48	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	4	5	5	4	5	5	5	5	5
49	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	5	3	3	4	4
50	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4

Data Tabulasi (lanjutan)

No.	Persepsi Kegunaan					Persepsi Kemudahan					Interaksi Digital					Kepercayaan ke Penyedia				
	KG1	KG2	KG3	KG4	KG5	KM1	KM2	KM3	KM4	KM5	ID1	ID2	ID3	ID4	ID5	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5
51	6	6	5	3	5	4	4	5	5	6	3	2	1	1	1	5	4	6	5	6
52	6	6	6	6	6	4	4	5	4	6	5	4	4	4	3	6	6	6	6	6
53	5	6	5	6	5	5	5	6	6	6	6	4	4	6	6	6	6	6	5	5
54	5	5	5	6	5	4	4	4	5	6	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5
55	5	6	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4
56	5	6	5	4	6	2	3	2	3	3	5	5	6	4	6	6	5	5	6	6
57	6	5	6	5	6	3	3	2	3	3	5	6	6	5	6	5	6	5	4	6
58	6	5	6	6	6	2	3	3	3	2	5	6	6	5	6	6	6	6	6	5
59	6	6	5	6	6	3	2	3	3	3	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6
60	5	6	5	5	6	3	3	2	3	2	5	6	6	6	6	5	6	6	6	5
61	6	5	5	5	6	3	2	3	3	2	6	5	6	6	6	5	5	6	6	6
62	5	6	5	5	5	2	3	2	3	3	6	5	6	6	6	6	5	6	6	6
63	5	6	5	5	6	2	3	3	3	2	5	6	5	5	5	5	6	6	5	6
64	6	6	6	5	6	3	2	3	3	2	6	6	5	5	6	4	6	5	6	6
65	5	6	5	5	5	2	3	2	3	3	6	5	6	6	6	6	5	6	6	6
66	5	6	5	5	6	2	3	3	3	2	5	6	5	5	5	5	6	6	5	6
67	6	5	6	6	6	2	3	3	3	2	5	6	6	5	6	6	6	6	6	5
68	6	5	5	5	6	3	2	3	3	2	6	5	6	6	6	5	5	6	6	6
69	6	5	6	5	6	3	3	2	3	3	5	6	6	5	6	5	6	5	4	6
70	6	6	6	5	6	3	2	3	3	2	6	6	5	5	6	4	6	5	6	6
71	6	5	6	6	6	2	3	3	3	2	5	6	6	5	6	6	6	6	6	5
72	5	6	5	5	5	2	3	2	3	3	6	5	6	6	6	6	5	6	6	6
73	6	5	5	5	6	3	2	3	3	2	6	5	6	6	6	5	5	6	6	6
74	5	6	5	5	6	3	3	2	3	2	5	6	6	6	6	5	6	6	6	5
75	6	6	5	6	6	3	2	3	3	3	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6
76	5	6	5	5	6	2	3	3	3	2	5	6	5	5	5	5	6	6	5	6

Data Tabulasi (lanjutan)

No.	Persepsi Kegunaan					Persepsi Kemudahan					Interaksi Digital					Kepercayaan ke Penyedia				
	KG1	KG2	KG3	KG4	KG5	KM1	KM2	KM3	KM4	KM5	ID1	ID2	ID3	ID4	ID5	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5
77	5	6	5	4	6	2	3	2	3	3	5	5	6	4	6	6	5	5	6	6
78	5	6	5	5	6	3	3	2	3	2	5	6	6	6	6	5	6	6	6	5
79	5	6	5	5	5	2	3	2	3	3	6	5	6	6	6	6	5	6	6	6
80	5	6	5	5	6	2	3	3	3	2	5	6	5	5	5	5	6	6	5	6
81	6	6	6	6	5	3	3	2	2	3	5	4	6	6	4	6	5	6	6	6
82	5	6	5	4	6	2	3	2	3	3	5	5	6	4	6	6	5	5	6	6
83	6	6	6	5	6	3	2	3	3	2	6	6	5	5	6	4	6	5	6	6
84	5	6	5	5	5	2	3	2	3	3	6	5	6	6	6	6	5	6	6	6
85	6	6	6	6	5	3	3	2	2	3	5	4	6	6	4	6	5	6	6	6
86	6	6	5	6	6	3	2	3	3	3	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6
87	5	6	5	5	6	3	3	2	3	2	5	6	6	6	6	5	6	6	6	5
88	5	6	5	5	6	2	3	3	3	2	5	6	5	5	5	5	6	6	5	6
89	6	5	6	5	6	3	3	2	3	3	5	6	6	5	6	5	6	5	4	6
90	5	6	5	4	6	2	3	2	3	3	5	5	6	4	6	6	5	5	6	6
91	6	5	6	6	6	2	3	3	3	2	5	6	6	5	6	6	6	6	6	5
92	6	5	5	5	6	3	2	3	3	2	6	5	6	6	6	5	5	6	6	6
93	5	6	5	5	5	4	2	3	1	3	6	5	6	6	6	6	5	6	6	6
94	5	6	5	5	6	2	4	1	3	3	5	6	6	6	6	5	6	6	6	5
95	6	5	5	5	6	3	3	2	3	2	6	5	6	6	6	5	5	6	6	6
96	5	6	5	4	6	2	2	3	2	6	5	5	6	4	6	6	5	5	6	6
97	6	5	6	5	6	2	3	1	3	5	5	6	6	5	6	5	6	5	4	6
98	6	6	6	5	6	4	3	3	4	3	6	6	5	5	6	4	6	5	6	6
99	6	6	5	6	6	3	1	4	3	2	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6
100	6	5	6	6	6	2	3	2	3	3	5	6	6	5	6	6	6	6	6	5
101	5	6	5	5	6	3	3	4	3	2	5	6	5	5	5	5	6	6	5	6

Data Tabulasi (lanjutan)

No.	Persepsi Kegunaan					Persepsi Kemudahan					Interaksi Digital					Kepercayaan ke Penyedia				
	KG1	KG2	KG3	KG4	KG5	KM1	KM2	KM3	KM4	KM5	ID1	ID2	ID3	ID4	ID5	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5
102	5	6	6	5	6	2	3	3	2	3	5	6	6	6	5	5	6	6	6	5
103	5	6	5	5	5	2	3	2	3	3	6	5	6	6	6	6	5	6	6	6
104	5	6	5	5	6	3	3	2	3	2	5	6	6	6	6	5	6	6	6	5
105	6	6	6	5	6	3	2	3	3	2	6	6	5	5	6	4	6	5	6	6
106	6	6	5	6	6	3	2	3	3	3	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6
107	5	6	5	5	6	2	3	3	3	2	5	6	5	5	5	5	6	6	5	6
108	6	6	6	6	5	3	3	2	2	3	5	4	6	6	4	6	5	6	6	6
109	6	5	6	5	6	3	3	2	3	3	5	6	6	5	5	5	6	5	4	6
110	4	6	5	6	5	4	5	6	5	5	6	5	5	4	5	5	5	4	6	5
111	5	5	5	5	5	3	3	3	3	2	5	5	6	6	5	5	5	6	5	5
112	6	5	5	5	5	2	2	3	2	2	6	5	5	5	6	5	6	5	5	5
113	5	5	6	5	5	3	3	3	2	3	5	6	5	6	4	5	6	6	6	6
114	5	5	5	5	5	3	3	2	2	3	5	5	6	5	5	5	6	5	5	6
115	6	6	5	5	6	2	3	3	3	3	6	5	5	5	5	6	5	5	6	6
116	6	5	5	6	6	3	2	2	3	3	5	6	6	5	5	5	6	6	5	6
117	6	6	5	5	5	3	3	2	3	3	6	5	5	5	6	5	6	5	5	6
118	6	5	5	6	6	3	2	3	3	3	6	5	5	5	5	6	5	6	6	5
119	6	5	5	5	6	3	3	3	2	3	6	5	5	6	5	6	6	5	6	6
120	4	5	4	4	3	4	5	4	3	3	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5
121	6	5	5	6	5	3	3	2	2	3	5	6	6	5	5	5	6	5	5	6
122	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	6	4	5	5	5	6	5	6
123	4	5	6	5	6	4	3	3	2	3	4	6	5	4	5	5	4	5	4	6
124	6	5	5	5	5	2	3	3	2	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4
125	6	5	5	5	6	2	3	3	2	3	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5
126	6	5	5	5	6	3	2	2	3	4	5	6	5	5	5	5	6	6	5	6
127	5	6	5	5	5	3	2	2	3	3	5	6	6	6	6	5	5	6	5	5

Data Tabulasi (lanjutan)

No.	Persepsi Kegunaan					Persepsi Kemudahan					Interaksi Digital					Kepercayaan ke Penyedia				
	KG1	KG2	KG3	KG4	KG5	KM1	KM2	KM3	KM4	KM5	ID1	ID2	ID3	ID4	ID5	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5
128	5	6	6	5	4	3	3	2	3	3	5	6	6	6	5	5	6	6	5	6
129	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4
130	6	5	6	6	6	5	5	5	6	5	6	5	5	5	5	5	6	6	5	5
131	6	4	5	5	6	5	6	6	5	5	3	4	4	4	5	4	3	4	4	5
132	5	6	5	5	6	2	3	3	3	3	5	6	5	5	6	5	5	6	5	6
133	6	5	5	6	6	3	2	3	3	3	5	6	6	5	5	6	4	5	5	5
134	6	5	6	5	5	3	3	3	3	2	6	6	5	5	6	4	5	4	4	5
135	5	6	5	6	4	3	3	2	3	3	5	6	5	5	5	5	6	5	4	5
136	6	5	5	5	6	3	3	2	3	3	5	6	4	5	5	6	5	5	5	6
137	6	6	5	5	6	3	2	3	3	3	5	5	5	6	5	6	4	5	5	4
138	6	5	5	6	6	3	3	4	4	3	5	5	6	6	5	4	6	5	5	5
139	6	5	6	5	6	6	5	6	5	6	6	5	6	5	6	6	6	5	6	5
140	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
141	3	5	4	3	2	2	4	2	1	5	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2
142	6	6	6	5	6	6	4	2	4	3	6	5	5	6	6	5	5	5	6	5
143	5	6	5	4	6	5	3	2	4	4	5	6	5	5	6	5	5	5	5	6
144	6	6	6	6	6	2	3	4	4	4	6	5	5	6	6	4	4	4	4	4
145	6	6	6	6	6	2	3	2	3	3	6	5	5	6	6	5	5	5	5	5
146	6	6	6	6	6	3	5	5	5	6	6	5	5	6	6	5	5	6	6	5
147	6	6	5	6	6	6	4	4	4	5	6	5	5	6	6	5	5	5	5	5
148	6	5	6	5	6	5	4	5	4	6	6	5	5	6	6	5	5	5	5	5
149	6	5	6	6	6	2	3	2	3	3	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6
150	5	5	5	5	6	2	3	2	3	3	6	5	5	6	6	5	5	5	5	5
151	5	6	5	5	5	4	5	4	6	6	5	6	5	5	5	6	6	6	6	6
152	5	5	5	5	5	3	3	2	3	2	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6
153	6	5	5	5	6	6	2	5	5	2	6	5	6	6	6	5	5	5	6	5

Data Tabulasi (lanjutan)

No.	Persepsi Kegunaan					Persepsi Kemudahan					Interaksi Digital					Kepercayaan ke Penyedia				
	KG1	KG2	KG3	KG4	KG5	KM1	KM2	KM3	KM4	KM5	ID1	ID2	ID3	ID4	ID5	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5
154	5	5	5	4	5	4	3	2	3	3	5	5	6	4	5	6	6	6	6	6
155	6	6	6	5	6	3	5	5	5	5	6	6	5	5	4	5	5	5	5	5
156	6	6	5	6	6	4	3	5	5	5	6	6	6	6	5	5	5	6	5	5
157	4	4	4	4	4	6	4	5	5	6	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5
158	6	6	6	6	5	5	6	5	4	6	5	4	6	6	4	6	6	6	6	6
159	6	6	6	6	6	4	3	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6
160	4	4	4	4	4	4	5	5	6	2	5	6	5	5	5	6	6	6	5	6
161	6	6	6	5	6	4	2	3	3	2	6	6	5	6	6	5	5	5	5	6
162	6	5	5	5	6	6	4	2	4	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
163	4	4	4	4	4	3	5	5	5	6	6	6	5	6	6	5	5	6	5	5
164	6	6	5	6	6	5	5	2	3	3	6	6	5	6	6	5	5	5	5	5
165	6	6	6	5	6	2	3	4	4	4	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6
166	5	5	5	4	5	5	3	2	3	3	6	6	5	6	6	5	5	5	6	5
167	4	4	4	4	4	6	4	4	4	5	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6
168	6	6	6	6	5	5	4	5	4	6	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
169	6	6	6	6	6	5	5	2	3	3	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6
170	4	4	4	4	4	6	6	2	3	3	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6
171	6	6	6	5	6	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	6	6	6	5	6
172	5	6	5	4	6	6	5	2	3	2	5	6	6	6	5	5	5	5	6	5
173	6	6	6	6	6	4	3	2	3	3	5	5	6	5	5	4	4	4	4	4
174	6	6	6	6	6	6	5	3	3	2	6	5	5	5	6	5	5	5	5	5
175	6	6	6	6	6	5	5	2	3	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
176	6	6	5	6	6	6	6	3	3	2	6	6	6	6	5	5	5	6	6	5
177	6	5	6	6	4	6	4	5	5	6	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5

Data Tabulasi (lanjutan)

No.	Persepsi Kegunaan					Persepsi Kemudahan					Interaksi Digital					Kepercayaan ke Penyedia				
	KG1	KG2	KG3	KG4	KG5	KM1	KM2	KM3	KM4	KM5	ID1	ID2	ID3	ID4	ID5	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5
178	6	5	6	5	6	2	3	3	3	2	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5
179	5	5	5	5	6	6	6	3	3	3	5	5	6	6	5	6	6	6	6	6
180	5	5	5	5	5	4	5	5	6	2	5	4	4	4	4	6	6	6	6	6
181	5	6	5	5	5	4	3	6	6	5	5	6	6	6	6	5	5	5	5	5

Data Tabulasi (lanjutan)

No.	Gaya Hidup				Niat Menggunakan					Penggunaan Nyata				
	GH1	GH2	GH3	GH4	NM1	NM2	NM3	NM4	NM5	PN1	PN2	PN3	PN4	PN5
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	6	6	5	5	5	6	4	5	3	3	2	3	2
3	4	5	5	4	6	6	6	5	6	5	5	4	6	6
4	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4
6	5	6	5	5	6	6	6	6	4	4	4	6	5	6
7	2	2	2	2	5	6	6	4	3	2	1	3	3	2
8	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
10	6	6	6	5	5	5	3	4	4	5	5	5	6	4
11	4	4	5	5	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6
12	6	6	6	4	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5
13	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	5	5	5
14	6	6	6	5	5	5	5	5	6	6	6	5	5	5

Data Tabulasi (lanjutan)

No.	Gaya Hidup				Niat Menggunakan					Penggunaan Nyata				
	GH1	GH2	GH3	GH4	NM1	NM2	NM3	NM4	NM5	PN1	PN2	PN3	PN4	PN5
15	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5
16	6	6	6	6	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
17	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5
18	6	6	6	6	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4
19	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5
20	5	5	6	6	6	6	6	5	6	5	5	6	6	6
21	3	4	4	4	6	6	6	6	6	5	5	6	5	5
22	5	5	5	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6
23	5	5	6	6	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5
28	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
30	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6
31	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32	4	4	4	4	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6
33	4	4	4	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
34	4	4	4	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
35	4	4	4	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
36	4	4	4	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
37	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5
38	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
39	6	5	5	4	6	6	6	5	5	4	4	5	4	4

Data Tabulasi (lanjutan)

No.	Gaya Hidup				Niat Menggunakan					Penggunaan Nyata				
	GH1	GH2	GH3	GH4	NM1	NM2	NM3	NM4	NM5	PN1	PN2	PN3	PN4	PN5
40	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
41	5	5	6	4	5	6	6	5	5	5	3	6	5	5
42	5	5	6	6	6	5	6	5	6	6	5	5	5	5
43	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
44	4	4	5	5	6	6	5	6	6	4	2	4	3	5
45	6	5	6	6	5	6	5	6	6	5	5	5	5	5
46	6	6	6	5	6	5	5	4	5	6	6	4	4	4
47	6	5	6	5	6	5	6	5	6	5	6	5	6	6
48	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	6	4	6
49	4	6	6	5	6	6	6	6	4	6	6	3	5	6
50	5	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
51	4	5	5	5	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6
52	4	5	3	4	6	6	6	5	6	4	3	2	4	4
53	5	5	6	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6
54	5	5	5	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
56	6	6	6	5	5	6	6	6	5	5	6	6	5	6
57	5	6	4	5	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6
58	5	6	5	5	6	6	6	6	4	6	6	5	6	6
59	5	6	6	5	5	6	6	6	6	5	6	5	6	6
60	6	4	5	5	5	6	6	5	6	5	6	5	4	6
61	5	6	5	6	4	6	6	6	5	4	6	5	6	6
62	5	6	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6
63	6	6	6	5	5	6	6	5	6	5	6	6	5	6

Data Tabulasi (lanjutan)

No.	Gaya Hidup				Niat Menggunakan					Penggunaan Nyata				
	GH1	GH2	GH3	GH4	NM1	NM2	NM3	NM4	NM5	PN1	PN2	PN3	PN4	PN5
64	6	6	5	6	5	6	5	6	5	6	5	6	5	6
65	5	6	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6
66	6	6	6	5	5	6	6	5	6	5	6	6	5	6
67	5	6	5	5	6	6	6	6	4	6	6	5	6	6
68	5	6	5	6	4	6	6	6	5	4	6	5	6	6
69	5	6	4	5	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6
70	6	6	5	6	5	6	5	6	5	6	5	6	5	6
71	5	6	5	5	6	6	6	6	4	6	6	5	6	6
72	5	6	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6
73	5	6	5	6	4	6	6	6	5	4	6	5	6	6
74	6	4	5	5	5	6	6	5	6	5	6	5	4	6
75	5	6	6	5	5	6	6	6	6	5	6	5	6	6
76	6	6	6	5	5	6	6	5	6	5	6	6	5	6
77	6	6	6	5	5	6	6	6	5	5	6	6	5	6
78	6	4	5	5	5	6	6	5	6	5	6	5	4	6
79	5	6	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6
80	6	6	6	5	5	6	6	5	6	5	6	6	5	6
81	5	4	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6
82	6	6	6	5	5	6	6	6	5	5	6	6	5	6
83	6	6	5	6	5	6	5	6	5	6	5	6	5	6
84	5	6	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6
85	5	4	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6
86	5	6	6	5	5	6	6	6	6	5	6	5	6	6
87	6	4	5	5	5	6	6	5	6	5	6	5	4	6

Data Tabulasi (lanjutan)

No.	Gaya Hidup				Niat Menggunakan					Penggunaan Nyata				
	GH1	GH2	GH3	GH4	NM1	NM2	NM3	NM4	NM5	PN1	PN2	PN3	PN4	PN5
88	6	6	6	5	5	6	6	5	6	5	6	6	5	6
89	5	6	4	5	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6
90	6	6	6	5	5	6	6	6	5	5	6	6	5	6
91	5	6	5	5	6	6	6	6	4	6	6	5	6	6
92	5	6	5	6	4	6	6	6	5	4	6	5	6	6
93	5	6	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6
94	6	4	5	5	5	6	6	5	6	5	6	5	4	6
95	5	6	5	6	4	6	6	6	5	4	6	5	6	6
96	6	6	6	5	5	6	6	6	5	5	6	6	5	6
97	5	6	4	5	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6
98	6	6	5	6	5	6	5	6	5	6	5	6	5	6
99	5	6	6	5	5	6	6	6	6	5	6	5	6	6
100	5	6	5	5	6	6	6	6	4	6	6	5	6	6
101	6	6	6	5	5	6	6	5	6	5	6	6	5	6
102	6	5	5	6	5	6	6	6	5	5	6	6	5	6
103	5	6	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6
104	6	4	5	5	5	6	6	5	6	5	6	5	4	6
105	6	6	5	6	5	6	5	6	5	6	5	6	5	6
106	5	6	6	5	5	6	6	6	6	5	6	5	6	6
107	6	6	6	5	5	6	6	5	6	5	6	6	5	6
108	5	4	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6
109	5	6	4	5	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6
110	6	4	4	6	5	4	6	6	5	6	5	5	6	6
111	5	5	6	5	6	5	5	6	5	6	6	6	5	6

Data Tabulasi (lanjutan)

No.	Gaya Hidup				Niat Menggunakan					Penggunaan Nyata				
	GH1	GH2	GH3	GH4	NM1	NM2	NM3	NM4	NM5	PN1	PN2	PN3	PN4	PN5
112	6	5	5	5	5	6	5	5	5	6	5	5	5	6
113	5	6	5	6	5	5	5	6	5	6	5	5	5	5
114	6	6	5	6	6	5	5	6	6	5	5	5	5	6
115	5	6	6	5	5	5	5	5	6	6	5	5	6	6
116	5	5	6	6	5	5	6	6	5	6	5	5	6	5
117	6	6	5	6	5	5	5	6	5	6	6	5	6	5
118	6	6	6	6	5	6	6	5	5	5	6	6	5	5
119	5	5	6	5	6	5	5	5	6	6	5	5	5	6
120	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5
121	5	5	5	6	6	5	5	5	5	6	5	5	5	5
122	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4
123	6	5	5	5	5	6	6	5	5	6	6	5	6	6
124	5	5	4	5	6	6	5	6	6	6	6	5	6	6
125	6	5	5	5	6	5	5	5	6	5	5	6	5	5
126	6	5	5	5	6	5	5	5	6	6	5	5	5	6
127	5	6	4	5	4	5	5	4	5	6	5	5	5	6
128	6	6	5	6	6	5	5	5	6	6	6	5	5	6
129	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	3	4	5
130	6	5	5	5	5	6	5	5	6	6	5	6	5	6
131	5	4	4	5	5	3	4	4	5	5	4	4	4	5
132	6	5	5	6	5	6	5	5	5	5	6	5	5	5
133	5	5	5	6	5	6	6	5	5	5	6	6	6	5
134	5	5	6	5	5	6	5	4	5	5	6	4	5	4
135	6	4	5	6	6	6	6	5	5	5	5	6	5	5

Data Tabulasi (lanjutan)

No.	Gaya Hidup				Niat Menggunakan					Penggunaan Nyata				
	GH1	GH2	GH3	GH4	NM1	NM2	NM3	NM4	NM5	PN1	PN2	PN3	PN4	PN5
136	5	6	5	5	5	6	4	5	5	6	5	5	6	6
137	5	6	5	5	6	5	5	6	5	5	6	5	6	6
138	6	5	5	6	6	5	5	5	6	6	5	5	5	6
139	6	5	6	5	6	5	6	6	6	5	6	5	5	6
140	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
141	5	4	6	4	6	6	6	6	6	4	2	2	2	6
142	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6
143	4	6	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	6
144	4	4	4	5	6	5	6	6	6	5	5	5	5	5
145	5	5	5	5	6	5	6	6	6	5	5	5	5	5
146	6	6	6	6	6	6	4	6	6	5	5	5	5	5
147	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6
148	6	6	6	6	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
149	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5
150	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6
151	5	6	6	6	5	5	5	5	5	6	5	6	6	6
152	6	5	6	6	5	6	5	5	5	5	5	5	5	6
153	5	6	5	6	6	6	6	6	6	4	6	5	6	6
154	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	6	6	5	6
155	6	6	6	6	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5
156	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
157	6	6	6	5	5	5	5	5	5	6	6	6	5	6
158	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6
159	4	4	5	4	6	6	6	6	6	5	6	5	4	6

Data Tabulasi (lanjutan)

No.	Gaya Hidup				Niat Menggunakan					Penggunaan Nyata				
	GH1	GH2	GH3	GH4	NM1	NM2	NM3	NM4	NM5	PN1	PN2	PN3	PN4	PN5
160	5	5	5	5	6	6	6	5	6	5	6	6	5	6
161	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	5	6	5	6
162	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6
163	4	4	5	4	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5
164	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
165	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5
166	6	6	6	6	4	4	4	4	5	5	5	5	5	6
167	5	5	5	5	6	6	6	6	4	5	5	5	5	6
168	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
169	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5
170	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6
171	6	5	6	6	5	5	5	5	5	6	5	6	6	6
172	5	6	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6
173	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	6	6	5	6
174	6	6	6	5	6	6	6	6	5	6	6	5	6	6
175	5	6	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
176	4	6	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
177	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4
178	4	4	4	5	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6
179	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6
180	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	5	4
181	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	4	6

LAMPIRAN 4

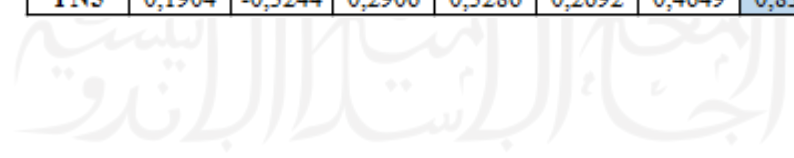
Hasil Evaluasi Model Pengukuran

Loading Factor

Variabel	Item	Loading
Persepsi Kegunaan	KG1	0,8893
	KG2	0,7504
	KG3	0,8953
	KG4	0,7968
	KG5	0,7618
Persepsi Kemudahan	KM1	0,9022
	KM2	0,8945
	KM3	0,8651
	KM4	0,8710
	KM5	0,8186
Interaksi Digital	ID1	0,8154
	ID2	0,7328
	ID3	0,8821
	ID4	0,8495
	ID5	0,8243
Kepercayaan kepada Penyedia	KP1	0,7799
	KP2	0,7590
	KP3	0,8704
	KP4	0,8166
	KP5	0,7767
Gaya Hidup	GH1	0,7001
	GH2	0,8120
	GH3	0,8243
	GH4	0,8287
Niat Menggunakan	NM1	0,7042
	NM2	0,8642
	NM3	0,8015
	NM4	0,8545
Penggunaan Nyata	PN1	0,7375
	PN2	0,8188
	PN3	0,8034
	PN4	0,7992
	PN5	0,8300

Cross Loadings

	KG	KM	ID	KP	GH	NM	PN
KG1	0,8893	-0,0326	0,2731	0,1769	0,2492	0,2184	0,3104
KG2	0,7504	-0,0525	0,1698	0,1265	0,2245	0,1873	0,2077
KG3	0,8953	0,1020	0,1691	0,0992	0,1679	0,2454	0,1939
KG4	0,7968	0,1718	0,2182	0,0940	0,1177	0,1870	0,0717
KG5	0,7618	-0,1037	0,3312	0,2780	0,3357	0,1552	0,2767
KM1	0,0356	0,9022	-0,0852	-0,0875	0,0452	-0,2481	-0,1832
KM2	-0,0360	0,8945	-0,2177	-0,0999	-0,0078	-0,1733	-0,2274
KM3	0,0406	0,8651	-0,2269	-0,1326	-0,0357	-0,1365	-0,2536
KM4	0,1026	0,8710	-0,0799	-0,0130	0,0370	-0,0874	-0,0837
KM5	0,0212	0,8186	-0,2709	-0,2122	-0,1016	-0,1014	-0,3000
ID1	0,3080	-0,0466	0,8154	0,4226	0,3883	0,2199	0,2372
ID2	0,1356	-0,2284	0,7328	0,2805	0,1909	0,0559	0,2463
ID3	0,2459	-0,2669	0,8821	0,4223	0,2991	0,2837	0,4040
ID4	0,2210	-0,0856	0,8495	0,3587	0,2430	0,1814	0,1933
ID5	0,1332	-0,1832	0,8243	0,3088	0,2627	0,1508	0,2691
KP1	0,0792	0,0638	0,2553	0,7799	0,2475	0,3599	0,3494
KP2	0,1640	-0,1378	0,3906	0,7590	0,2007	0,2652	0,3793
KP3	0,1260	-0,1941	0,3983	0,8704	0,2554	0,3481	0,4398
KP4	0,2258	-0,1132	0,4350	0,8166	0,3449	0,2825	0,3456
KP5	0,1510	-0,1420	0,3715	0,7767	0,4485	0,2180	0,4265
GH1	0,1526	-0,0542	0,2594	0,2633	0,7001	0,0197	0,2404
GH2	0,2520	-0,0711	0,3254	0,3011	0,8120	0,1409	0,3344
GH3	0,1065	0,0712	0,2062	0,3141	0,8243	0,1360	0,2007
GH4	0,2733	0,0016	0,3322	0,2725	0,8287	0,1499	0,3483
NM1	0,1860	0,0608	0,0875	0,2346	0,0486	0,7042	0,3005
NM2	0,1853	-0,2831	0,2112	0,3674	0,1344	0,8642	0,3869
NM3	0,1964	-0,1214	0,1237	0,2701	-0,0105	0,8015	0,2963
NM4	0,2278	-0,2010	0,3210	0,3273	0,2896	0,8545	0,5101
PN1	0,2125	-0,0787	0,1365	0,2814	0,2648	0,2762	0,7375
PN2	0,2324	-0,1972	0,3309	0,4340	0,3375	0,3824	0,8188
PN3	0,1860	-0,1557	0,2418	0,4374	0,3009	0,3760	0,8034
PN4	0,2124	-0,1435	0,3324	0,4349	0,2710	0,3703	0,7992
PN5	0,1904	-0,3244	0,2906	0,3286	0,2692	0,4649	0,8300



Kriteria Fornell-Larcker

Validitas Diskriminan

	GH	ID	KG	KM	KP	NM	PN
GH	0.7931						
ID	0.3533	0.8223					
KG	0.2577	0.2740	0.8210				
KM	-0.0032	-0.1895	0.0294	0.8708			
KP	0.3599	0.4540	0.1794	-0.1216	0.8015		
NM	0.1679	0.2505	0.2459	-0.1953	0.3783	0.8086	
PN	0.3604	0.3421	0.2563	-0.2396	0.4811	0.4779	0.7984

AVE, Composite Reliability, dan Cronbach's Alpha

Validitas dan Reliabilitas Konstruk

	Cronbach's Alpha	rho_A	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
GH	0.8206	0.8067	0.8710	0.6290
ID	0.8859	0.9456	0.9123	0.6763
KG	0.8780	0.8971	0.9114	0.6741
KM	0.9252	1.0279	0.9400	0.7582
KP	0.8617	0.8772	0.8996	0.6424
NM	0.8244	0.8629	0.8825	0.6539
PN	0.8587	0.8729	0.8977	0.6375

LAMPIRAN 5

Hasil Evaluasi Model Struktural

R-Square

R Square

	R Square	Adjusted R Square
NM	0.2021	0.1793
PN	0.2284	0.2241

Path Coefficients dan T-Statistics

Koefisien Jalur

	Mean, STDEV, T-Values, P-Value...	Keyakinan Interval	Keyakinan Interval Bias-Dikore...	Sampel	Sali
	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
GH -> NM	-0.0039	0.0060	0.1038	0.0378	0.9699
ID -> NM	0.0280	0.0473	0.1025	0.2735	0.7846
KG -> NM	0.1875	0.1944	0.0832	2.2541	0.0246
KM -> NM	-0.1573	-0.1600	0.0735	2.1399	0.0328
KP -> NM	0.3143	0.3163	0.1012	3.1058	0.0020
NM -> PN	0.4779	0.4930	0.0625	7.6448	0.0000

Predictive Relevance

Redundansi Validasi-silang Konstruk

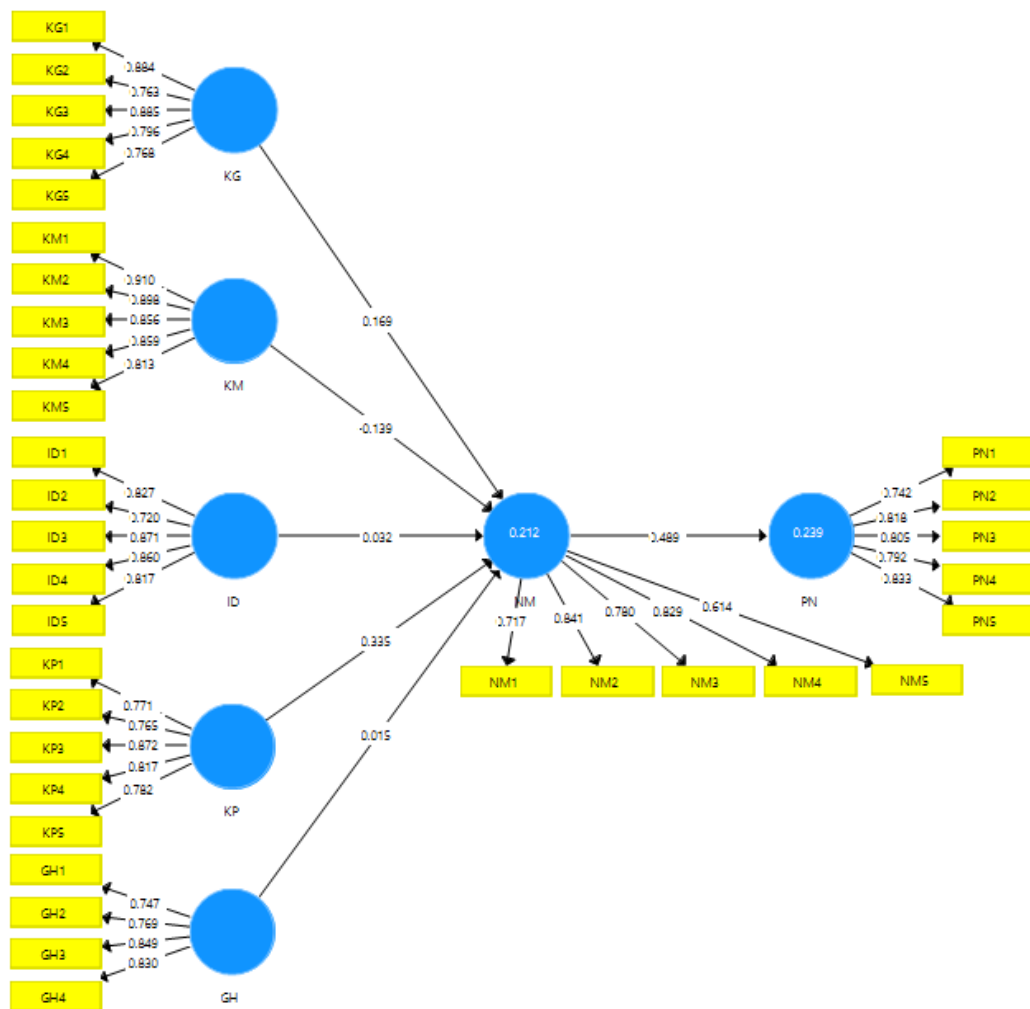
Total	Kasus1	Kasus2	Kasus3	Kasus4	Ki
	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)		
GH	724.0000	724.0000			
ID	905.0000	905.0000			
KG	905.0000	905.0000			
KM	905.0000	905.0000			
KP	905.0000	905.0000			
NM	724.0000	648.8764	0.1038		
PN	905.0000	780.6100	0.1374		



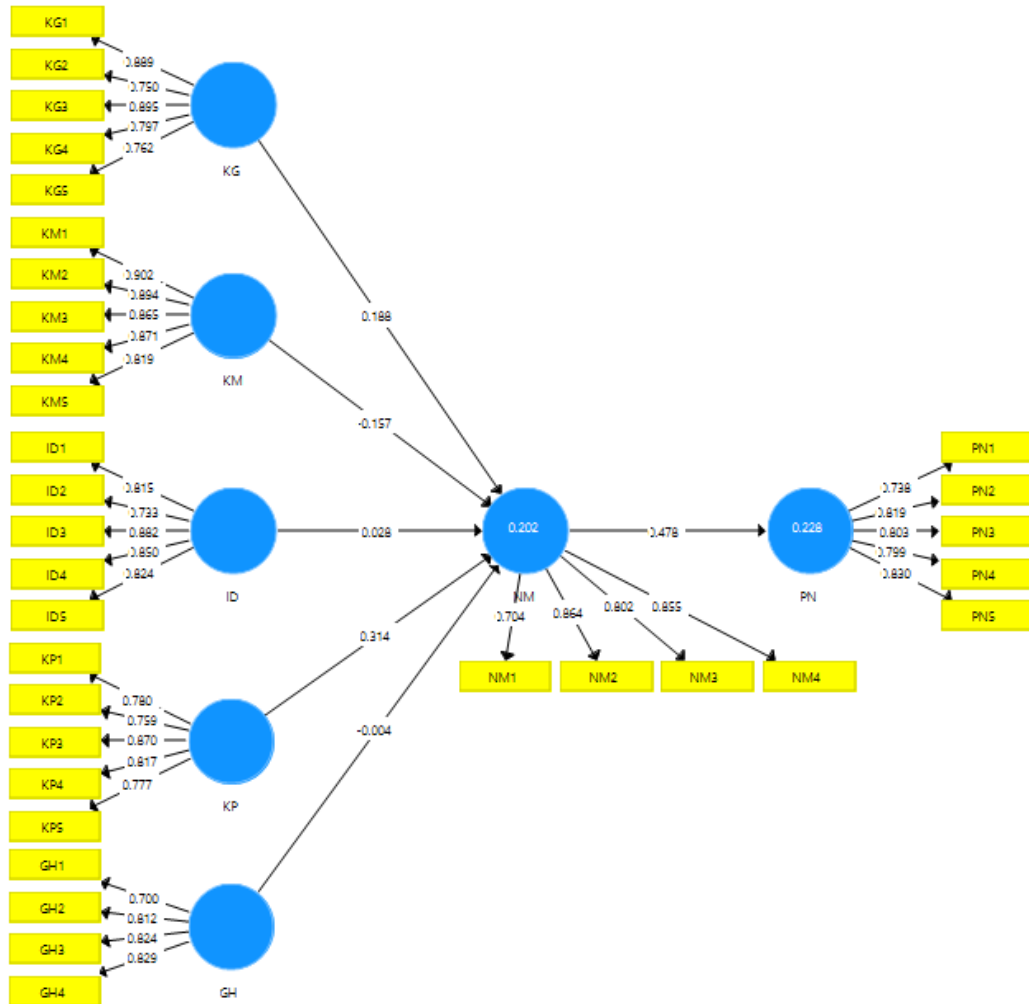
LAMPIRAN 6

Model Penelitian

Model Penelitian Awal



Perbaikan Model Penelitian



الجامعة الإسلامية
الاستد الاندو