

Determinan Minat dan Akseptabilitas Mahasiswa Terhadap Aktivitas Jual Beli Saham Online

Deni Wardani

STIE Indonesia Banking School
deni@ibs.ac.id

Abstract

This study shows the relationship of several variables that can determine the effect on the intention to use in buying and selling shares online on the Indonesia Stock Exchange in an academic environment. This research focuses on online stock trading transactions among students on campus who have worked with securities institutions. This study uses the TAM and ECM models to develop the variables that become the material of analysis. Satisfaction, ease of use, Usefulness, trust, Risk and benefit variables are analyzed to see its relationship with intention to use using path analysis. The results of the discussion about this study show that the Satisfaction, Trust, Motivation and Investment Interest variables have a dominant influence on intention to use. Meanwhile, the Satisfaction and Ease of use variables influence trust, but Risk does not influence trust, and the Ease of Use variable with benefits does not have a positive effect on Usefulness. Satisfaction variable has an indirect effect on the intention to use through the trust variable, so does the Motivation variable has an indirect effect on the intention to use through the Investment Interest variable.

Keywords: *technology acceptance model, expectation confirmation model, investment, interest, share trading system*

Abstrak

Penelitian ini memperlihatkan hubungan dari beberapa variabel yang dapat menentukan pengaruh pada *intention to use* dalam jual beli saham online pada Bursa efek Indonesia di lingkungan akademik. Penelitian ini berfokus pada transaksi jual beli saham online dikalangan mahasiswa di lingkungan kampus yang telah bekerja sama dengan institusi securitas. Penelitian ini menggunakan model TAM dan ECM untuk mengembangkan variabel-variabel yang menjadi bahan analisis. Variabel *Satisfaction*, *ease of use*, *usefulness*, *trust*, *risk* dan *benefit* yang di analisis untuk melihat keterkaitannya dengan *intention to use* menggunakan analisis jalur. Hasil dari pembahasan mengenai penelitian ini memperlihatkan bahwa variabel *Satisfaction*, *Trust*, Motivasi dan Minat Investasi memiliki pengaruh yang dominan terhadap *intention to use*. Sementara itu variabel *Satisfaction* dan *Ease of use* berpengaruh memiliki pengaruh terhadap *trust* tetapi *Risk* tidak pengaruh terhadap *trust* dan variabel *Ease of Use* dengan *benefit* tidak berpengaruh positif terhadap *Usefulness*. Variabel *Satisfaction* mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap *intention to use* melalui variabel *trust*, begitu juga variabel Motivasi mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap *intention to use* melalui variabel Minat Investasi.

Kata Kunci: *Technology acceptance model (TAM), Expectation Confirmation Model (ECM), investasi, minat, sistem jual beli saham online*

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin modern dan dinamis mendorong perusahaan atau institusi untuk lebih kompetitif dalam menghadapi persaingan saat ini. Dalam hal ini perusahaan dituntut agar dapat menjalankan perannya dengan lebih baik dalam pencapaian tujuan dan meningkatkan kinerja perusahaan secara optimal.

Perdagangan saham perusahaan pada jaman sekarang ini sudah banyak dimudahkan dengan

dibangunnya sistem perdagangan secara online. Sistem perdagangan saham online adalah salah satu hasil dari inovasi dibidang teknologi informasi. Sistem ini dikembangkan dari teknologi e-commerce atau sistem bisnis berbasis teknologi internet. Sistem perdagangan saham online adalah sebuah sistem yang dapat melayani order beli dan jual melalui internet. Investor tidak perlu berhubungan dengan pialang karena investor dapat memasukkan order sendiri melalui sebuah komputer yang terhubung dengan internet (Vidayana, 2012).

STIE IBS pada saat ini sudah mempunyai galeri

investasi yang dinamakan pojok bursa. Pojok bursa ini merupakan program kerjasama antara STIE IBS dengan Mandiri sekuritas yang dibuka bagi untuk mahasiswa. Pojok bursa ini diharapkan menjadi sarana bagi mahasiswa selain menjadi edukasi tentang pasar modal sejak dini, mahasiswa juga dapat ikut terjun langsung dalam dunia investasi pasar modal dan sebagai lahan dalam mempraktekkan teori yang telah diterima didalam perkuliahan.

Pasar modal dapat memberikan kemudahan kepada para investor untuk dapat memberikan dana investasinya kepada perusahaan yang dapat memberikan keuntungan dengan membeli saham-saham dari perusahaan tersebut, sehingga dengan memiliki saham-saham dari perusahaan diharapkan dapat memberikan kemudahan dalam mendapatkan keuntungan. Adanya pasar modal dapat memberikan kemudahan bagi investor untuk berinvestasi baik dalam jangka pendek maupun panjang, yang pada umumnya akan menyebabkan para investor tertarik untuk menginvestasikan dananya.

Saham merupakan salah satu komoditas keuangan yang di perdagangan di pasar modal yang paling populer. Saham merupakan instrumen ekuitas, yaitu tanda penyertaan atau kepemilikan seseorang atau badan usaha dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas (Hadi, 2013: 67)

Para investor harus mempelajari dan mengetahui semua hal yang berkaitan dengan melakukan investasi agar dapat melakukan investasi pada satu instrumen investasi. Ada beberapa hal yang diprediksi dapat memberikan pengaruh terhadap minat seseorang untuk melakukan investasi di pasar modal secara online, yaitu adanya manfaat melakukan investasi, modal investasi minimal, motivasi melakukan investasi, keuntungan yang dihasilkan dari investasi.

Resiko investasi mempunyai pengertian, yaitu penyimpangan dari keuntungan yang diharapkan. Dengan adanya ketidak pastian keuntungan dimasa yang akan datang akan menyebabkan kegagalan dari sebuah investasi (Septyanto, 2013: 93).

Untuk mengurangi resiko investasi, investor harus mengetahui akan investasi yang dijalannya. Selain resiko ada faktor lain yaitu suatu kepercayaan terhadap suatu investasi dan kegunaan dari keuntungan berinvestasi dapat memberikan dorongan seseorang untuk dapat memberikan dorongan terhadap investor untuk melakukan investasi secara online di pasar modal.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji determinan faktor yang mempengaruhi *trust*, dan *usefulness*, *satisfaction*, *ease of use* terhadap *intention to use* sistem perdagangan saham online. pengaruh *risk*, *satisfaction* dan *ease of use* terhadap *trust*,

usefulness dan *intention to use* atas transaksi sistem perdagangan saham online dikalangan mahasiswa.

2. Tinjauan Pustaka

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology acceptance model (TAM) digunakan secara khusus untuk hubungan antara sebab akibat antara *system design features*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude toward using*, dan *actual usage behaviour*. TAM menampilkan representasi yang informative dimana pemilihan variabel dapat mempengaruhi penerimaan pemakai.

Model TAM merupakan hasil pengembangan dari model *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbe dan Ajzen (1975). TRA merupakan sebuah teori tindakan beralasan dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal akan menentukan sikap atas perilaku orang tersebut. Model teori ini membuat model perilaku seseorang sebagai suatu fungsi dari tujuan perilaku. Tujuan perilaku ditentukan oleh sikap atas perilaku tersebut. Maka reaksi dan persepsi pengguna teknologi informasi (TI) akan mempengaruhi sikapnya dalam menerima penggunaan TI. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi sikap seseorang dalam menerima TI adalah persepsi atas kegunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan (*perceived ease of use*). Maka alasan tindakan seseorang dapat menerima penggunaan teknologi dengan melihat manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi (Davis et. al., 1989).

Model TAM diperkenalkan dan dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989 kemudian dikembangkan oleh Venkatesh et. al. pada tahun 2003. TAM merupakan sebuah model yang mengidentifikasi bagaimana pengguna menerima dan menggunakan suatu teknologi baru yang diterapkan. Model TAM digunakan untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan masyarakat umum terhadap teknologi informasi yang menempatkan faktor-faktor sikap dari tiap-tiap perilaku pengguna dengan dua variabel yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). TAM awalnya didesain hanya untuk perilaku penggunaan komputer (Davis et. al., 1989), namun TAM ini dapat juga digunakan untuk berbagai jenis teknologi. (Alrafi, 1998). Menurut Davis menyebutkan bahwa tingkat penerimaan pengguna Teknologi Informasi (TI) ditentukan oleh enam faktor jenis konstruk, yaitu variabel luar (*external variable*), persepsi terhadap kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*),

persepsi pengguna terhadap kegunaan (*perceived usefulness*), sikap dalam menggunakan teknologi (*attitude toward using*), kecendrungan perilaku untuk menggunakan (*behavior intention of use*), dan pemakaian aktual dari sistem (*actual system use*) (Davis et. al., 1989).

Davis (1989) menyatakan bahwa konstruk *external variable* dinilai akan berpengaruh terhadap konstruk *perceived ease of use* dan konstruk *perceived usefulness*. Konstruk *perceived ease of use* juga dianggap akan berpengaruh terhadap konstruk *perceived usefulness*. Di sisi lain, kedua konstruk tersebut (*perceived ease of use* dan *perceived usefulness*) sama-sama memiliki pengaruh terhadap konstruk *attitude toward using*. Konstruk *perceived usefulness* akan berpengaruh terhadap konstruk *behavioral intention use*. Dimana konstruk *behavioral intention of use* juga akan dipengaruhi oleh konstruk *attitude toward using* dan sekaligus akan mempengaruhi konstruk *actual system use*.

Model ECM

Model ECM (*Expectation Confirmation Model*) yang diperkenalkan dan dikembangkan oleh Bhattacharjee merupakan model yang berdasarkan dari teori expectation – confirmation theory (ECT) (Oliver, 1980 dalam Bhattacharjee, 2001). Teori ECT merupakan model yang sudah banyak dipergunakan untuk menganalisis dan mempelajari dari perilaku para konsumen, terutama yang berkaitan dengan kepuasan konsumen. Model ECT masih terdapat kekurangannya, maka Bhattacharjee mengembangkan model tersebut dengan memadukan dengan model TAM untuk membangun model yang baru berdasarkan pada teori ini, agar dapat lebih dalam lagi untuk memprediksi perilaku dari pengguna IT.

Pada Model ECM ini memiliki tiga variabel yaitu kegunaan (*perceived usefulness*), konfirmasi (*confirmation*) dan kepuasan (*satisfaction*) yang mempengaruhi *intention to use* teknologi informasi. Pada model ini akan menguji faktor kepuasan dari pengguna yang dipercaya akan mempengaruhi minat mereka untuk dapat terus menggunakan dari teknologi informasi dengan menggunakan kuesiner yang disebarkan kepada responden secara online.

Motivasi Investasi

Motivasi adalah proses pemberian dorongan yang dapat menentukan intensitas, arah, dan ketekunan individu dalam usaha mencapai sasaran serta berpengaruh secara langsung terhadap tugas dan psikologi seseorang, Robbin (2006:213). Teori motivasi Abraham Maslow yang dikembangkan

oleh Robbin (2006:214) mengatakan bahwa dalam diri seseorang terdiri dari lima jenjang kebutuhan, yaitu: (1) Psikologis, (2) Kebutuhan Keamanan, (3) Kebutuhan Sosial, (4) Kebutuhan Penghargaan dan (5) Kebutuhan Aktualisasi Diri. Ketika seseorang sudah dapat memenuhi kebutuhan substansialnya, maka kebutuhan berikutnya akan menjadi motivasi bagi seseorang untuk melakukan tindakan selanjutnya.

Minat Investasi

Pengertian minat menurut Winkel (1983) dikutip dalam Timothy (2016) adalah “kecenderungan yang menetap dalam subyek untuk merasa senang dan tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang itu”. Sedangkan Menurut Hurlock (1999) dalam Timothy menyatakan bahwa “minat seseorang dapat ditumbuhkan dengan memberikan kesempatan bagi orang tersebut untuk belajar mengenai hal yang dia inginkan”.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia minat didefinisikan sebagai perhatian, kesukaan, kecenderungan hati. Dari pemamaparan diatas dapat ditarik kesimpulan yang dimaksud dengan minat disini adalah kecenderungan untuk menetapkan pilihannya pada suatu subjek tertentu.

Jenis-Jenis Minat Menurut banyak ahli mengemukakan mengenai jenis-jenis minat. Menurut Carl safran dalam Sukardi (2005) mengklasifikasikan minat menjadi empat jenis:

1. Expressed interest adalah minat yang diekspresikan melaui suatu objek aktivitas.
2. Manifest Interest adalah minat yang disimpulkan dari keikutsertaan individu pada suatu kegiatan tertentu
3. Tested Interest adalah minat yang berasal dari pengetahuan dan keterampilan dalam suatu kegiatan
4. Invored interest dimana minat ini berasal dari daftar aktifitas dan kegiatan yang sama dengan pernyataan.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menurut Surya (1999) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat adalah faktor yang bersumber pada diri sendiri, tidak mempunyai tujuan yang jelas, ada atau tidaknya manfaat suatu hal yang dipelajari bagi individu. Indikator – indikator yang digunakan untuk mengukur minat menurut Lucas dan Britth dalam Hanifah (2015) menyatakan aspek-aspek yang terdapat dam minat yaitu meliputi :

1. Ketertarikan: dalam hal ini ketertarikan menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang.

2. Keinginan: ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk memiliki
3. Keyakinan: ditunjukkan dengan adanya rasa percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan.

Model Penelitian

Pengembangan pada model penelitian ini disusun berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hong et al, (2006) yang menggunakan model ECM dan TAM dalam memprediksi perilaku pengguna mobile internet. Dari penelitian tersebut TAM telah terbukti berhasil memprediksi dengan baik faktor – faktor yang mempengaruhi intention to use teknologi informasi, sedangkan model ECM merupakan model yang sesuai dengan kondisi dari pengguna teknologi informasi yang berstatus sebagai konsumen. Perpaduan dari TAM dan ECM terbukti memiliki kemampuan menjelaskan yang lebih baik bila dibandingkan dengan penggunaan sebuah model saja Hong et al (2006). Oleh sebab itu penggunaan variabel – variabel pada model TAM dan ECM menjadi pilihan yang dianggap paling sesuai untuk menjawab permasalahan Penelitian ini juga diangkat berdasarkan pada penelitian Lee (2009) dengan mengadopsi tiga eksternal variabel yang terdapat pada modelnya yaitu trust, risk dan benefit dalam memprediksi penerimaan penggunaan sistem perdagangan saham online di Taiwan. Model penelitian ini juga menggabungkan pada model yang dikembangkan Robbin (2006) dan Timothi dengan penambahan variabel motivasi investasi dan minat investasi yang dapat mempengaruhi aktivitas penjualan saham secara online.

Penambahan variabel eksternal yang diadopsi dari penelitian Lee (2009) dilakukan atas dasar temuan akan pengaruh yang signifikan dari variabel trust, risk dan benefit terhadap intention to use sistem perdagangan saham online. Penjabaran diatas telah menjelaskan bahwa intention to use pada sistem perdagangan saham online dapat dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari teknologi itu sendiri dan juga faktor eksternal lainnya.

Untuk itu hipotesis pertama yang dikembangkan pada penelitian ini terdiri dari enam hipotesis yang diprediksi akan mempengaruhi minat investor untuk menggunakan sistem perdagangan saham online, baik langsung maupun tidak langsung.

Satisfaction

Teori satisfaction berasal dari teori perilaku konsumen yang menentukan apakah pelanggan akan

melakukan pembelian ulang atau tidak terhadap produk yang ditawarkan. Konsumen yang mencoba produk yang ditawarkan, ekspektasi yang terbentuk pada benak konsumen tentang produk tersebut akan dibandingkan dengan kenyataannya. Apabila kenyataan produk yang terjadi adalah sama atau bahkan melebihi ekspektasi, maka dapat dikatakan bahwa konsumen merasa puas. Konsumen yang merasa puas biasanya akan melakukan pembelian produk kembali. Menggunakan paradigma ini maka seorang pengguna teknologi informasi pasti telah membentuk sebuah ekspektasi terhadap teknologi tersebut sebelum mereka menggunakannya (Hong, 2006). Apabila hasil dari penggunaan teknologi tersebut melampaui ekspektasinya, maka pengguna akan bersedia untuk terus menggunakan teknologi tersebut.

Kepuasan pengguna juga akan berdampak pada kepercayaan terhadap sistem yang digunakan (Lankton dan Harrison, 2006). Pada dasarnya kepercayaan dapat terbentuk atas dasar terpenuhinya ekspektasi dari pengguna, yang mana terpenuhi atau tidaknya ekspektasi berhubungan erat dengan trust.

H 1: *Satisfaction* akan berdampak positif terhadap *intention to use* sistem perdagangan saham online

H 4: *Satisfaction* akan berdampak positif terhadap *Trust*

Trust

Pada setiap transaksi bisnis yang dilakukan membutuhkan rasa saling percaya, dimana pihak yang satu tidak akan mengambil kesempatan untuk melakukan sebuah tindakan yang tidak etis terhadap pihak yang lain (Hosmer, 1999 dalam Lee, 2009). Trust menurut Lee adalah aspek yang sangat penting didalam setiap transaksi ekonomi. Apabila tidak ada saling percaya, maka tidak mungkin sebuah transaksi ekonomi dapat terjadi.

Pada sistem perdagangan saham yang dilakukan secara online, keamanan sistem merupakan faktor utama yang mempengaruhi keinginan investor untuk menggunakan sistem tersebut. Hal ini disebabkan dunia internet yang sangat rentan oleh kejahatan (*cyber crime*). Oleh karena itu *trust* dapat menjadi sebuah rintangan bagi seseorang untuk mau menggunakan teknologi informasi.

Banyaknya kasus kejahatan kartu kredit yang terjadi di internet disebabkan bocornya informasi rahasia pemilik kartu, hal ini berdampak pada pengguna yang merasa enggan untuk melakukan

transaksi di internet dengan menggunakan kartu kredit. Oleh karena itu baik secara langsung mau-

pun tidak langsung, trust memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap intention to use teknologi informasi (Vidayana, 2012). Hipotesis yang dibangun berdasarkan uraian diatas adalah

H2: Trust berpengaruh positif terhadap intention to use sistem perdagangan saham online

Usefulness

Niat untuk menggunakan teknologi informasi tergantung dari seberapa besar teknologi tersebut dapat membantu dalam menyelesaikan pekerjaan. Kemampuan ini berupa kemampuan membantu secara langsung maupun tidak langsung (Davis, 1989). *Usefulness* pada TI/SI dapat berupa kemampuannya untuk mempercepat atau mempermudah pekerjaan yang dilakukan.

Apabila investor sebagai pengguna sistem perdagangan saham online melihat bahwa suatu teknologi akan dapat memberikan bantuan yang cukup besar pada dirinya, maka dapat dipastikan bahwa investor tersebut dalam *intention to use* teknologi tersebut akan sangat besar dalam menggunakannya.

H3: Usefulness berpengaruh positif secara langsung terhadap intention to use sistem perdagangan saham online

Risk

Risk merupakan harapan subyektif atas suatu kerugian yang akan diderita, oleh karena itu jika suatu resiko dari sesuatu itu cenderung besar, maka nantinya akan berdampak terhadap turunnya tingkat keyakinannya. Menurut Im dan Hanl, (2008) resiko yang tinggi bisa disebabkan karena situasi dimana tidak diketahui dengan pasti hasil yang akan diperoleh. Oleh karena itu apabila sebuah teknologi tidak dapat memberikan hasil yang pasti, artinya akan meningkatkan resiko dari teknologi tersebut maka keyakinan pengguna akan teknologi itu pun akan rendah, maka akan menyebabkan kepercayaan pengguna terhadap teknologi tersebut akan rendah dan pada akhirnya keinginan untuk menggunakan teknologi tersebut juga akan berkurang. Hal tersebut sudah diungkapkan oleh Chen (2007) bahwa ketidak pastian dalam transaksi (risk) adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kepercayaan pengguna.

H5: Risk akan berpengaruh negatif terhadap kepercayaan (trust) investor

Benefit

Perkembangan teknologi yang dibuat mampu-

nyai tujuan untuk mempermudah pekerjaan manusia dan memiliki manfaat atau keuntungan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam hal ini merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keinginan manusia dalam menggunakan teknologi. Teknologi yang semakin besar manfaatnya diperkirakan akan semakin besar keinginan pengguna untuk menggunakan teknologi tersebut.

Sementara itu benefit sangat berkaitan erat dengan *usefulness*, oleh karena itu apabila teknologi yang digunakan dirasakan sangat bermanfaat, maka dirasakan akan sangat membantu bagi penggunanya. Pada sistem perdagangan saham online, keuntungan langsung bagi penggunanya diantaranya berupa rendahnya biaya transaksi yang biasa dilakukan, kemudian proses transaksi yang relatif cepat dan keterbukaan informasi yang diperoleh (Lee, 2009). Keuntungan- keuntungan tersebutlah yang menjadikan pengguna merasa bahwa sistem tersebut sangat membantu.

H6: Benefit akan berdampak positif terhadap Usefulness

Ease of use

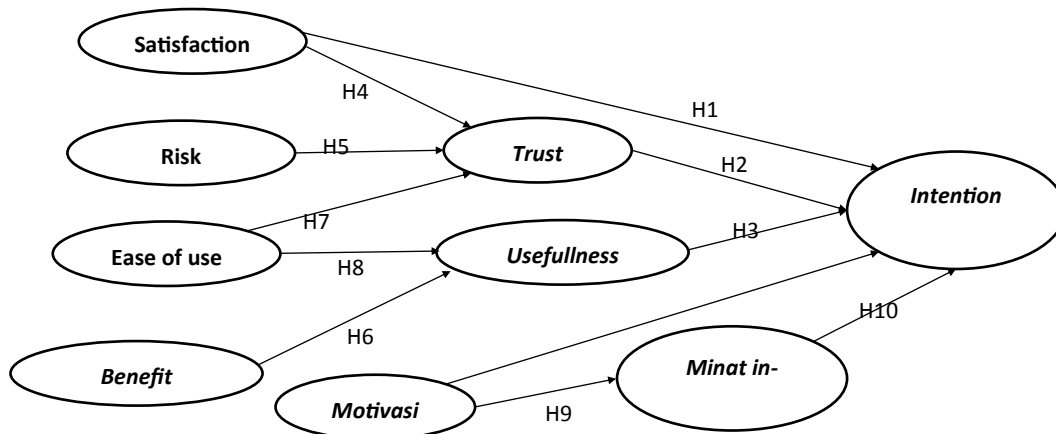
Penggunaan teknologi informasi sangat dipengaruhi oleh kondisi internal dari teknologi itu sendiri. Artinya mudah atau tidaknya teknologi itu digunakan akan sangat berdampak terhadap niat pengguna untuk mencobanya (Davis, 1989). Terlebih lagi apabila untuk menggunakan teknologi tersebut diperlukan pelatihan khusus, hal ini tentu saja akan dapat menyurutkan niat pengguna yang tidak memiliki motivasi belajar yang cukup tinggi. Dari penelitian Davis, 1989, terlihat bahwa *ease of use* memiliki hubungan dengan *intention to use* melalui variabel *attitude* dan *usefulness*. Sehingga pada model penelitian ini, *ease of use* juga diposisikan mempengaruhi *intention to use* melalui variabel *trust* dan *usefulness*. Beberapa penelitian lainnya (Gopy et al, (2007) ; Hong et al, (2006) ; Huang et al, (2006)) juga telah mengkonfirmasi temuan Davis ini.

H7: Ease of use berpengaruh positif terhadap trust sistem perdagangan saham online

H8: Ease of use berpengaruh positif terhadap usefulness

Motivasi Investasi

Motivasi merupakan proses pemberian dorongan yang dapat menentukan intensitas, arah, dan ketekunan individu dalam usaha mencapai sasaran serta berpengaruh secara langsung terhadap tugas dan psikologi seseorang, Robbin (2006:213). Teori



Gambar 1. Model Penelitian

motivasi Abraham Maslow yang dikembangkan oleh Robbin (2006:214) mengatakan bahwa dalam diri seseorang terdiri dari lima jenjang kebutuhan, yaitu: (1) Psikologis, (2) Kebutuhan Keamanan, (3) Kebutuhan Sosial, (4) Kebutuhan Penghargaan dan (5) Kebutuhan Aktualisasi Diri. Ketika seseorang sudah dapat memenuhi kebutuhan substansialnya, maka kebutuhan berikutnya akan menjadi motivasi bagi seseorang untuk melakukan tindakan selanjutnya.

H9: Motivasi berpengaruh positif terhadap Minat Investasi

H11: Motivasi Investasi berpengaruh positif terhadap *intention to use* sistem perdagangan saham online

Minat Investasi

Minat Menurut Salim dan Salim (1996:656) memiliki definisi sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah, keinginan. Perluasan dari definisi minat adalah :

- Minat dianggap sebagai perantara faktor-faktor materi rasional yang mempunyai dampak pada suatu perilaku.
- Minat menunjukkan seberapa keras seseorang berani mencoba.
- Minat menunjukkan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang

Teori sikap yaitu Theory of Reasoned Action yang dikembangkan oleh Triwijayati dan koesworo (2006), mengungkapkan adanya keinginan untuk bertindak karena adanya keinginan yang spesifik untuk berperilaku. Hal ini menunjukkan bahwa niat berperilaku dapat menunjukkan perilaku yang akan dilakukan oleh seseorang. Hal ini juga berarti bahwa seorang yang memiliki minat berinvestasi maka kemungkinan besar dia akan melakukan tindakan-tindakan yang dapat mencapai keinginan mereka untuk berinvestasi. Apabila seseorang mempunyai

minat berinvestasi, maka akan selalu berusaha mencari tahu dan menggunakan media-media investasi seperti penggunaan media investasi pada sistem perdagangan saham secara online.

H10: Minat Investasi berpengaruh positif terhadap *intention to use* sistem perdagangan saham online

3. Metode Penelitian

Sesuai dengan maksud dan tujuan dari penelitian ini yaitu ingin mengetahui pengaruh dari setiap variabel terhadap *intention to use* sistem perdagangan saham online baik secara langsung maupun tidak langsung, maka populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa yang sedang/pernah menggunakan sistem jual beli saham online pada layanan pojok bursa sebagai sarana untuk bertransaksi saham pada pasar modal di Indonesia. Mahasiswa tersebut dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Banking School yang terdiri dari dua jurusan yaitu jurusan manajemen dan akuntansi.

Metode pengambilan data dilakukan dengan menggunakan metode random sampling. Pada penentuan sampel, peneliti menggunakan metode *stratified* random sampling secara proporsional, dengan pembagian kuesioner untuk jurusan manajemen dan jurusan akuntansi. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode survey dengan melakukan penyebaran kuesioner terhadap pengguna atau individu yang telah pernah menggunakan sistem jual beli saham online pada layanan pojok bursa yang berupa *hard copy* secara langsung ke masing-masing responden. Kuesioner dilakukan untuk mendapatkan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan yang diberikan kepada populasi atau sample. Daftar pertanyaan yang diberikan berkaitan dengan tahapan pelaksanaan yang akan dilakukan dalam analisis dalam menentukan analisis faktor-faktor minat dan pen-

erimaan pengguna terhadap sistem jual beli saham online pada layanan pojok bursa. Kuesioner dibuat berdasarkan pada faktor-faktor yang ada pada model penelitian awal yang dibangun. Setiap faktor diterjemahkan menjadi beberapa pertanyaan yang akan dijawab oleh para responden. Responden akan diminta menjawab pertanyaan berdasarkan skala likert 1 – 5 dengan nilai terendah dari skala likert ini adalah sangat setuju dan yang tertinggi sangat tidak setuju.

Kuesioner yang disebarakan terdiri dua bagian, bagian pertama terdiri dari enam pertanyaan yang akan mengungkapkan karakteristik dari responden dan bagian ke dua terdiri dari 26 pertanyaan yang merupakan persepsi dari investor terhadap sistem jual beli saham secara online. Untuk pengambilan data persepsi, akan digunakan kuesioner dengan 5 skala Likert yaitu mulai sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju sampai sangat tidak setuju.

Pada penelitian ini metoda atau alat analisa yang digunakan adalah SEM dan analisa jalur dengan menggunakan program AMOS. Melalui SEM akan dilakukan pengujian indikator yang membentuk setiap variabel, dan kemudian akan dianalisa keterkaitan atau hubungan antara variabel dengan menggunakan analisa jalur (*Path analysis*)

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Profil Responden

Hasil pengumpulan data yang dilakukan pada mahasiswa diketahui untuk profil respondennya didominasi oleh laki-laki, sehingga dapat dikatakan persepsi yang terbentuk pada penelitian ini diwakili oleh responden laki-laki dan sisanya diwakili oleh responden perempuan. Jumlah responden laki-laki sebanyak 74,54% dan jumlah responden perempuan adalah 25,45%. Sementara berdasarkan kelompok dari jurusan manajemen sebesar 58,4% dan

jurusan Akuntansi sebanyak 41,6%.

Hasil responden berdasarkan lamanya menggunakan sistem perdagangan online terlihat sebanyak 46,23% telah menggunakan sistem perdagangan online selama 1-2 tahun, sedangkan responden yang penggunaan sistemnya kurang dari 1 tahun sebanyak 36,45%, dan sisanya sebesar 17,32% adalah responden yang telah menggunakan sistem penjualan saham online lebih dari 2 tahun.

Uji Validitas

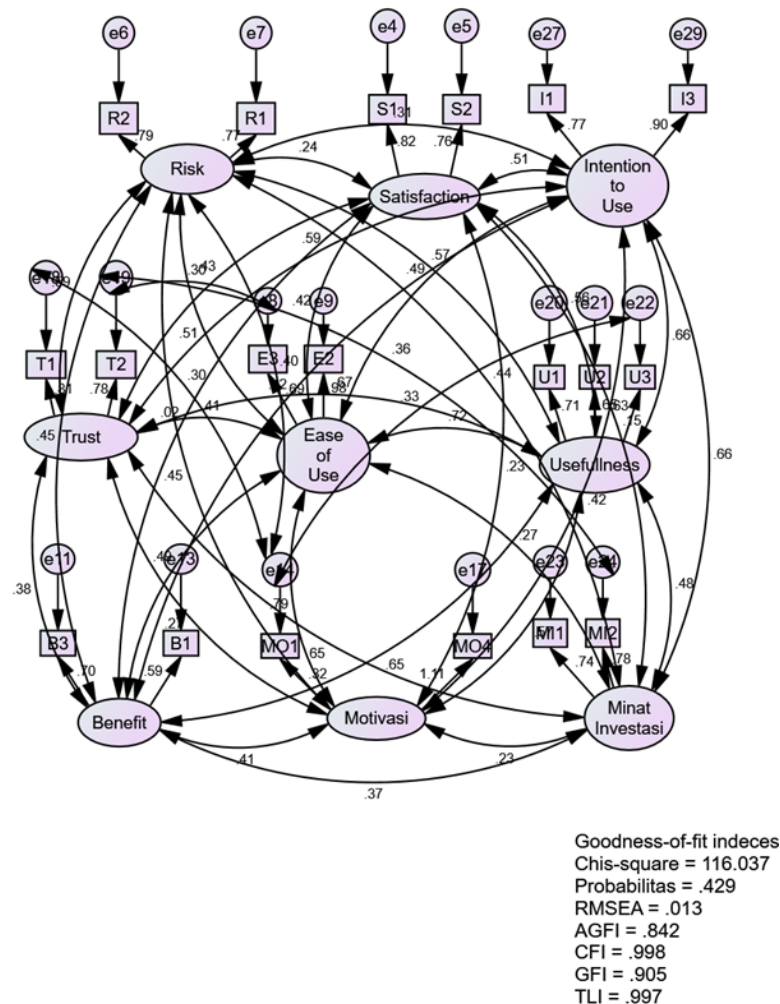
Untuk menguji apakah konstruk laten atau apakah indikator-indikator atau item pernyataan pengukur konstruk valid, langkah pertama melihat indikator atau item pernyataan apakah signifikan secara statistik. Jika indikator atau item pernyataan signifikan langkah berikutnya melihat convergent validity atau nilai loading factor masing-masing indikator. Pendekatan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) melalui program Amos untuk menentukan sebuah instrument bernilai valid, apabila memiliki nilai loading factor yang sudah memenuhi *convergent validity* $\geq 0,5$. Indikator yang nilai *convergent validity* $< 0,5$ selanjutnya dibuang karena dianggap tidak valid mengukur konstruk. Analisis konfirmatori atau sering disebut *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) didesain untuk menguji multidimensionalitas dari suatu konstruk teoritis. Analisis konfirmatori ingin menguji apakah indikator yang digunakan merupakan indikator yang valid sebagai pengukur konstruk. Dengan kata lain indikator-indikator tersebut merupakan ukuran unidimensionalitas dari suatu konstruk laten.

Uji validitas dilakukan terhadap 26 item instrumen pertanyaan yang diajukan dalam questioner terhadap 110 orang responden. Hal ini dilakukan untuk mengetahui validitas dari questioner yang dibuat dan diberikan kepada responden untuk diisi dan dikembalikan.

Hasil perhitungan *Confirmatory Factor Analysis*

Tabel 4. Perkembangan *Net Profit Margin* (NPM) Perusahaan Otomotif dan Komponen Tahun 2015-2018

Kode	Periode Tahun			
	2015	2016	2017	2018
ASII	0.216313	0.104197	0.006313	1.024247
AUTO	0.113591	0.579765	-0.206213	1.310623
GJTL	-0.130856	0.006891	3.599722	0.869233
GDYR	0.321182	-0.130214	2.058122	0.374737
BRAM	0.450208	1.918255	0.199043	1.474204
IMAS	1.540208	6.179089	0.695088	1.512484
INDS	-1.041035	2.301599	0.219816	0.830902
LPIN	0.411765	-0.480843	0.960565	0.239625
MASA	0.584545	0.950298	0.507827	0.855726
NIPS	-0.301251	1.210938	-0.430446	1.200667
PRAS	1.704264	-0.270577	1.69.0562	1.073333
SMSM	0.480363	0.170601	0.246734	0.909796



Gambar 2. *Confirmatory Factor Analysis* Konstruk Model

untuk menguji validitas dari variabel-variabel pada model yaitu variabel *Satisfaction*, *Risk*, *Ease of Use*, *Benefit*, *Motivasi*, *Trust*, *Usefulness*, *Minat Investasi* dapat dilihat pada Gambar 2.

Untuk dapat mengetahui apakah model modifikasi yang dibangun secara statistik dapat didukung dan sesuai dengan model fit (goodness of fit indeces) yang menjadi syarat dalam penilaian model structural equation modelling (SEM) yang ditetapkan, maka ditampilkan perbandingan nilai model yang dibangun dengan nilai persyaratan yang ditetapkan. Berikut ini ringkasan perbandingan model yang dibangun dengan persyaratan yang ditetapkan, seperti yang tampak pada Tabel 1.

Berdasarkan Tabel 1, semua penelitian *goodness of fit index* sudah terpenuhi atau *fit*, ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan model dapat diterima, dengan kata lain terdapat kesesuaian antara model yang dibangun dengan persyaratan model *fit*. Nilai *convergent validity* tiap item pernyataan konstruk ditunjukkan pada Tabel 2.

Berdasarkan Tabel 2, data menunjukkan bahwa setelah dimodifikasi semua item pernyataan konstruk model sudah memiliki nilai *convergent validity* di atas 0,5, maka dapat diartikan bahwa item pernyataan inilah yang mampu mendefenisikan konstruk model yang memenuhi *convergent validity*. Sedangkan yang termasuk kategori valid diketahui ada 19 item pernyataan yang valid yaitu

Tabel 1. *Confirmatory Factor Analysis* Konstruk Model

Goodness of fit index	Cutt of value	Hasil Model	Keterangan
Chi-square	Diharapkan kecil	116,037	Fit
Probability	$\geq 0,05$	0,429	Fit
GFI	$\geq 0,90$	0,905	Fit
AGFI	$\geq 0,90$	0,842	Marginal
CFI	$\geq 0,90$	0,998	Fit
TLI	$\geq 0,90$	0,997	Fit
RMSEA	$\leq 0,08$	0,013	Fit

Tabel 2. Hasil Modifikasi Convergent Validity Konstruk Model

			Estimate
S1	<---	Satisfaction	.820
S2	<---	Satisfaction	.765
R2	<---	Risk	.789
R1	<---	Risk	.768
E3	<---	Ease_of_Use	.687
E2	<---	Ease_of_Use	.977
B3	<---	Benefit	.702
B1	<---	Benefit	.592
MO1	<---	Motivasi	.316
MO4	<---	Motivasi	1.108
T1	<---	Trust	.808
T2	<---	Trust	.779
U1	<---	Usefulness	.715
U2	<---	Usefulness	.646
U3	<---	Usefulness	.634
MI1	<---	Minat_Investasi	.742
MI2	<---	Minat_Investasi	.780
I1	<---	Intention_to_Use	.775
I3	<---	Intention_to_Use	.903

berturut turut dari nilai yang besar S1, S2, R1, R2, E2, E3, B1, B3, MO1, MO4, T1, T2, U1, U2, U3, MI1, MI2, I1, dan I3. Dengan kata lain 19 item pernyataan tersebut dianggap valid dan mampu mengukur konstruk model. Validitas konstruk ke 19 item pernyataan tersebut memberikan kepercayaan bahwa ukuran item pernyataan yang diambil menggambarkan skor sesungguhnya di dalam populasi.

Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah ukuran konsistensi internal indikator atau item pernyataan sebuah variabel bentukan yang menunjukkan derajat sampai dimana masing-masing indikator atau item pernyataan itu mengindikasikan sebuah variabel bentukan yang umum (Ghozali, 2008). Terdapat dua cara yang dapat digunakan yaitu: *Composite (Construct) Reliability* dan *Variance Extracted, cut of value* dari *Composite (Construct) reliability* adalah minimal 0,7 dan *cut of value* dari *variance extracted* adalah minimal 0,5.

Evaluasi terhadap reliabilitas model pengukuran dilakukan dengan menghitung *Construct Reliability* (CR) dan *Variance Extracted* (VE) dengan rumus:

$$CR = \frac{(\sum \text{std. loading})^2}{(\sum \text{std. loading})^2 + \sum e_j}$$

$$VE = \frac{\sum \text{std. loading}^2}{\sum \text{std. loading}^2 + \sum e_j}$$

Std. loading adalah nilai muatan faktor loading

tiap variabel teramati, dan e_j adalah nilai *error variance* variabel teramati ($1 - (\text{standar loading})^2$). Untuk perhitungan dari *Compasite (Construct)* pada pengujian reabilitas dapat dilihat pada tabel 3.

Untuk menguji *reability* dengan menghitung menggunakan rumus CR dari masing-masing variabel dapat dilihat pada hasil perhitungan berikut:

Hasil perhitungan CR dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

$$\text{Satisfaction} = \frac{2,316}{2,316 + 0,842} = 0,734$$

$$\text{Risk} = \frac{2,490}{2,490 + 0,755} = 0,767$$

$$\text{Ease of Use} = \frac{2,746}{2,746 + 0,586} = 0,824$$

$$\text{Motivasi} = \frac{0,966}{0,966 + 0,034} = 0,966$$

$$\text{Trust} = \frac{2,522}{2,522 + 0,739} = 0,773$$

$$\text{Usefulness} = \frac{1,662}{1,662 + 1,069} = 0,608$$

$$\text{Minat Investasi} = \frac{2,271}{2,271 + 0,862} = 0,725$$

$$\text{Intention to Use} = \frac{2,703}{2,703 + 0,633} = 0,810$$

Dari hasil perhitungan didapat nilai *composite (construct) reliability* untuk masing-masing konstruk adalah pada tabel 4.

Dari Tabel 4 dapat dilihat bahwa reliabilitas semua konstruk penelitian dengan *Compasite (Construct) Reliability* yang meliputi *Satisfaction*, *Risk*, *Ease of Use*, *Motivasi*, *Trust*, *Minat Investasi*

Tabel 3. Standardized Regression Weights

			Estimate
Trust	<---	Satisfaction	.278
Trust	<---	Risk	.651
Trust	<---	Ease_of_Use	.097
Usefulness	<---	Ease_of_Use	.604
Minat_Investasi	<---	Motivasi	.153
Intention_to_Use	<---	Satisfaction	.448
Intention_to_Use	<---	Minat_Investasi	.693
Intention_to_Use	<---	Usefulness	.149
Intention_to_Use	<---	Trust	-.212
Intention_to_Use	<---	Motivasi	.212
S1	<---	Satisfaction	.772
S2	<---	Satisfaction	.750
R2	<---	Risk	.780
R1	<---	Risk	.798
E3	<---	Ease_of_Use	.685
E2	<---	Ease_of_Use	.972
MO4	<---	Motivasi	.983
T1	<---	Trust	.779
T2	<---	Trust	.809
U1	<---	Usefulness	.868
U3	<---	Usefulness	.421
MI1	<---	Minat_Investasi	.722
MI2	<---	Minat_Investasi	.785
I1	<---	Intention_to_Use	.734
I3	<---	Intention_to_Use	.910

dan *Intention to Use*, memiliki nilai *cut-of* yaitu $\geq 0,70$ dengan nilai masing-masing 0,734, 0,767, 0,824, 0,966, 0,773, 0,725 dan 0,810. Dengan demikian semua konstruk yang ada pada semua item pernyataan tersebut adalah reliabel. Hanya pada item *Usefulness* yang hasil perhitungannya tidak reliabel dengan nilainya sebesar 0,608.

Untuk menguji *reability* dengan menghitung menggunakan rumus VE (*variabel extracted*) dari masing-masing variabel dapat dilihat pada hasil perhitungan berikut:

$$Satisfaction = \frac{1,158}{1,158 + 0,842} = 0,579$$

$$Risk = \frac{1,245}{1,245 + 0,755} = 0,623$$

$$Ease\ of\ Use = \frac{1,414}{1,414 + 0,586} = 0,707$$

$$Motivasi = \frac{0,966}{0,966 + 0,034} = 0,966$$

$$Trust = \frac{1,261}{1,261 + 0,739} = 0,631$$

$$Usefulness = \frac{0,931}{0,931 + 1,069} = 0,465$$

$$Minat\ Investasi = \frac{1,138}{1,138 + 0,862} = 0,569$$

Tabel 4. Hasil Pengujian *Composite (construct) reliability*

No	Variabel	Nilai <i>Cut-Of</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
1	<i>Satisfaction</i>	$\geq 0,70$	0,734	Reliabel
2	<i>Risk</i>	$\geq 0,70$	0,767	Reliabel
3	<i>Ease of Use</i>	$\geq 0,70$	0,824	Reliabel
4	Motivasi	$\geq 0,70$	0,966	Reliabel
5	<i>Trust</i>	$\geq 0,70$	0,773	Reliabel
6	<i>Usefulness</i>	$\geq 0,70$	0,608	Tidak Reliabel
7	Minat Investasi	$\geq 0,70$	0,725	Reliabel
8	<i>Intention to Use</i>	$\geq 0,70$	0,810	Reliabel

Tabel 5. Hasil Pengujian *Variance Extracted*

No	Variabel	Nilai Cut-Of	Composite Reliability	Keterangan
1	<i>Satisfaction</i>	$\geq 0,50$	0,579	Reliabel
2	<i>Risk</i>	$\geq 0,50$	0,623	Reliabel
3	<i>Ease of Use</i>	$\geq 0,50$	0,707	Reliabel
4	Motivasi	$\geq 0,50$	0,966	Reliabel
5	<i>Trust</i>	$\geq 0,50$	0,631	Reliabel
6	<i>Usefulness</i>	$\geq 0,50$	0,465	Tidak Reliabel
7	Minat Investasi	$\geq 0,50$	0,569	Reliabel
8	<i>Intention to Use</i>	$\geq 0,50$	0,683	Reliabel

$$\text{Intention to Use} = \frac{1,367}{1,367 + 0,633} = 0,683$$

Dari hasil perhitungan didapat nilai VE (*variabel extracted*) untuk masing-masing konstruk adalah seperti pada tabel 5.

Berdasarkan tabel 5, menunjukkan bahwa nilai *variance extracted* masing-masing konstruk di atas nilai *cut-off* yaitu $\geq 0,5$ dengan nilai masing-masing variabel *Satisfaction*, *Risk*, *Ease of Use*, Motivasi, *Trust*, Minat Investasi dan *Intention to Use*, memiliki nilai *cut-off* yaitu $\geq 0,50$ dengan nilai masing-masing 0,579, 0,623, 0,707, 0,966, 0,631, 0,569 dan 0,683. Dengan demikian semua konstruk yang ada pada semua item pernyataan tersebut adalah reliabel. Hanya pada item *Usefulness* yang hasil perhitungannya tidak reliabel dengan nilainya sebesar 0,465.

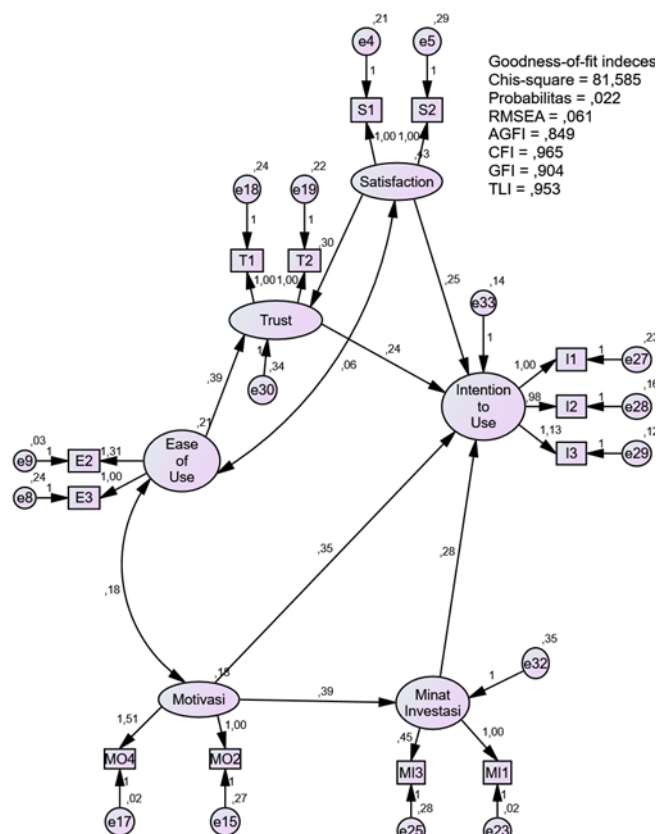
Pengujian variabel dan Analisa Hipotesis

Pengujian hubungan antara variabel-variabel dependen dan independen dilakukan dengan menggunakan bantuan program Amos 22 untuk menganalisa jalur agar dapat diketahui besarnya pengaruh antara variabel-variabel yang terdapat pada model penelitian.

Pengujian awal adalah hubungan antara variabel *satisfaction*, *trust*, *usefulness*, Minat Investasi terhadap *intention to use*, pengujian terhadap pengaruh variabel *satisfaction*, *Risk*, *Ease of use* terhadap *Trust*, kemudian pengujian variabel *Ease of use* dan *Benefit* terhadap variabel *Usefulness*, dan pengujian variabel Motivasi terhadap variabel Minat Investasi.

Hasil pengujian model fit analisis path menggunakan bantuan program Amos 22 dapat dilihat pada gambar 3.

Gambar 3. Modifikasi Model Full SEM



Tabel 6. Evaluasi Kriteria *Goodness of fit Index*

Kriteria	Cut-Off Value	Hasil Estimasi	Evaluasi
Chi-square ()	Kecil	81,585	Fit
Significanned probability	$\geq 0,05$	0,022	marginal
RMSEA	$\leq 0,08$	0,061	Fit
CFI	$\geq 0,90$	0,965	Fit
AGFI	$\geq 0,80$	0,849	marginal
GFI	$\geq 0,90$	0,904	Fit
TLI	$\geq 0,90$	0,953	Fit

Dari Gambar 3, dapat dilihat hasil modifikasi model full melalui pendekatan korelasi antar error dari masing-masing variabel satisfaction, Trust, Risk, Ease of use, Minat Investasi, Motivasi, dan intention to use seperti terlihat pada Gambar 3 yang pada akhirnya dapat memperbaiki model penelitian dengan pemenuhan kriteria SEM yang fit, seperti disajikan pada Tabel 6.

Berdasarkan data pada tabel 6, dapat diketahui bahwa semua penilaian *goodness of fit indexs* sudah terpenuhi fit dan marginal, ditandai nilai Chi-square () sebesar 81,585 masih kategori fit karena jumlah sampel besar (110) dengan item sebanyak (21 pernyataan) sehingga nilai Chi-square () besar tetapi dengan kondisi tersebut nilai ini dalam pemberian makna masih tergolong kecil sehingga digolongkan kategori fit, *Significanned probability* 0,022 lebih kecil dari 0,05, RMSEA 0,061 lebih kecil dari 0,08, CFI 0,965 lebih besar dari 0,90, AGFI 0,849 lebih kecil dari 0,90 tetapi masih

cukup fit, GFI 0,904 lebih besar dari 0,90 dikategorikan fit dan TLI 0,953 lebih besar 0,90 maka dikategorikan fit. Hasil evaluasi tersebut menunjukkan model yang dibangun sudah tepat untuk dapat memberikan konfirmasi hubungan variabel *Satisfaction, Trust, Risk, Ease of use*, Minat Investasi dan Motivasi serta variabel intention to use.

Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa pengujian ini menghasilkan konfirmasi yang baik atas hubungan-hubungan kasual antara variabel-variabel yang ada. Hasil estimasi pengujian model analisis path dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 4.7 di atas memperlihatkan hasil pengujian pada model konstruk secara empiris ditemukan bahwa Satisfaction, Minat Investasi, Trust dan Motivasi terbukti secara signifikan berpengaruh positif terhadap intention to use, dimana besarnya pengaruh bahwa Satisfaction adalah 0,250, Minat Investasi sebesar 0,278, Trust sebesar 0,245 dan Motivasi sebesar 0,352 dengan signifi-

Tabel 7. Tabel Estimasi**Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Trust	<---	Satisfaction	,302	,117	2,570	,010	
Trust	<---	Ease_of_Use	,391	,155	2,524	,012	
Minat_Investasi	<---	Motivasi	,395	,149	2,642	,008	
Intention_to_Use	<---	Satisfaction	,250	,087	2,887	,004	
Intention_to_Use	<---	Minat_Investasi	,278	,138	2,009	,045	
Intention_to_Use	<---	Trust	,245	,089	2,747	,006	
Intention_to_Use	<---	Motivasi	,352	,133	2,642	,008	
S1	<---	Satisfaction	1,000				
S2	<---	Satisfaction	1,000				
E3	<---	Ease_of_Use	1,000				
E2	<---	Ease_of_Use	1,309	,153	8,566	***	
MO2	<---	Motivasi	1,000				
MO4	<---	Motivasi	1,506	,201	7,482	***	
T1	<---	Trust	1,000				
T2	<---	Trust	1,000				
MI1	<---	Minat_Investasi	1,000				
MI3	<---	Minat_Investasi	,453	,193	2,350	,019	
I1	<---	Intention_to_Use	1,000				
I2	<---	Intention_to_Use	,977	,122	8,027	***	
I3	<---	Intention_to_Use	1,130	,133	8,492	***	

Tabel 8. Regression Weinght untuk Hipotesis

Hubungan variabel	Estimate	S.E.	C.R.	P	Keterangan
<i>Satisfaction</i> —> <i>Intention to use</i>	0,250	0,087	2,887	0,004	H1 diterima
<i>Trust</i> —> <i>Intention to use</i>	0,245	0,089	2,747	0,006	H2 diterima
<i>Usefulness</i> —> <i>Intention to use</i>	Tidak memenuhi model yang fit				H3 ditolak
Minat investasi —> <i>Intention to use</i>	0,817	0,280	2,916	0,004	H10 diterima
Motivasi investasi —> <i>Intention to use</i>	0,352	0,133	2,642	0,008	H11 diterima
<i>Satisfaction</i> —> <i>Trust</i>	0.302	0.117	2.570	0.010	H4 diterima
<i>Risk</i> —> <i>Trust</i>	Tidak memenuhi model yang fit				H5 ditolak
<i>Ease of use</i> —> <i>Trust</i>	0,391	0,155	2,524	0,012	H7 diterima
<i>Ease of use</i> —> <i>Usefulness</i>	Tidak Reliabel				H8 ditolak
<i>Benefit</i> —> <i>Usefulness</i>	Tidak Reliabel				H6 ditolak
Motivasi —> Minat Investasi	0.395	0.149	2.642	0.008	H9 diterima

kasi dari Satisfaction adalah 0,004, Minat Investasi sebesar 0,045, Trust sebesar 0,006 dan Motivasi sebesar 0,008. Sementara itu besarnya variabel Satisfaction dan Ease_of_Use berpengaruh positif terhadap Trust, dimana besarnya pengaruh Satisfaction adalah 0,302 dan Ease_of_Use adalah 0,391 dengan signifikansi dari Satisfaction adalah 0,01 dan Ease_of_Use adalah 0,012. Untuk variabel Motivasi berpengaruh positif terhadap Minat Investasi, dimana besarnya pengaruh Motivasi adalah 0,395 dengan signifikansi dari Motivasi adalah 0,008.

Pengujian hipotesis bertujuan untuk melihat apakah variabel Satisfaction, Trust, Usefulness, dan Minat investasi berpengaruh terhadap Intention to use, apakah variabel Satisfaction, Risk dan Ease of use berpengaruh terhadap Trust, kemudian apakah variabel Ease of use dan Benefit berpengaruh terhadap Usefulness, dan apakah variabel Motivasi berpengaruh terhadap Minat investasi. Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan melihat nilai Probaility (P) dari Analisis of Moment Structural 22.0 (AMOS 22). Pengujian ini disajikan pada Tabel 8.

Dari Tabel 4.8 di atas secara empiris ditemukan bahwa variabel Satisfaction, Trust, Motivasi, dan Minat Investasi terbukti positif berpengaruh terhadap Intention to use, nilai koefisien estimate Satisfaction sebesar 0,250, standar error (SE) sebesar 0,087 dan nilai critical ratio (CR) 2,887,

tingkat signifikan p (probabilitas) 0,004, Trust sebesar 0,245, standar error (SE) sebesar 0,089 dan nilai critical ratio (CR) 2,747, tingkat signifikan p (probabilitas) 0,006, Motivasi sebesar 0,352, standar error (SE) sebesar 0,133 dan nilai critical ratio (CR) 2,642, tingkat signifikan p (probabilitas) 0,008 dan nilai koefisien estimate Minat investasi sebesar 0,817, standar error (SE) sebesar 0,280 dan nilai critical ratio (CR) 2,916, tingkat signifikan p (probabilitas) 0,004, karena nilai p (probabilitas) kecil dari nilai alpha 5% atau 0,05, atau nilai critical ratio besar dari nilai T pada alpha 5% atau sebesar 1,96, maka hipotesis diterima, artinya bahwa Satisfaction, Trust, Motivasi dan Minat investasi berpengaruh terhadap Intention to use. Sementara arah hubungan kedua variabel berslope positif, artinya apabila nilai Satisfaction, Trust, Motivasi dan Minat investasi mengalami peningkatan maka peningkatan ini juga akan diikuti oleh peningkatan Intention to use, sebaliknya jika Satisfaction, Trust, Motivasi dan Minat investasi mengalami penurunan maka penurunan ini juga akan diikuti oleh penurunan Intention to use.

Pengujian untuk melihat apakah variabel Satisfaction dan Motivasi berpengaruh terhadap Intention to use dengan Trust dan Minat investasi sebagai variabel intervening. Pengujian ini bertujuan

Tabel 8. Perincian Pengaruh Tidak Langsung

Variabel	Total Pengaruh <i>Total Effect</i>	Pengaruh Langsung <i>(Direct Effects)</i>	Pengaruh Tidak Langsung <i>(Indirect Effect)</i>	Hasil
Pengaruh Variabel <i>Satisfaction</i> terhadap <i>Intention to use</i> melalui <i>Trust</i>	0,324	0,250	0,0734	Ada kontribusi
Pengaruh Variabel Motivasi terhadap <i>Intention to use</i> melalui Minat investasi	0,675	0,352	0,323	Ada kontribusi

untuk membuktikan apakah terdapat tambahan atau kontribusi dari variabel intervening dalam hal ini Trust dan Minat investasi dalam memaksimalkan atau meningkatkan pengaruh Satisfaction dan Motivasi terhadap Intention to use, dengan mengetahui total pengaruh dari pengaruh langsung (direct effect) variabel Satisfaction dan Motivasi terhadap Intention to use jika dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung (indirect effect) antara variabel Satisfaction dan Motivasi terhadap Intention to use tetapi melalui variabel intervening yang dalam hal ini adalah Trust dan Minat investasi. Dengan cara yang sama akan dihitung berapa besar kemampuan atau kontribusi variabel Trust dan Minat investasi dalam meningkatkan pengaruh Satisfaction dan Motivasi terhadap Intention to use. Untuk menilai pengaruh tersebut, akan dinilai melalui nilai koefisien dari masing-masing pengaruh direct effect dan pengaruh indirect effect variabel, berikut hasil pengujian pada Tabel 9.

Berdasarkan data pada tabel 9, secara empiris ditemukan peranan variabel intervening sebagai variabel antara dalam memediasi variabel independen atau eksogen terhadap variabel endogen, dengan hasil dari variabel Satisfaction berpengaruh signifikan terhadap Intention to use melalui Trust, dengan *Total Effect* atau total pengaruh sebesar 0,324 dengan rincian pengaruh langsung atau direct effect sebesar 0,250 dan pengaruh tidak langsung atau *indirect effect* sebesar 0,0734. Sementara variabel Motivasi berpengaruh signifikan terhadap Intention to use melalui Minat investasi, dengan *Total Effect* atau total pengaruh sebesar 0,675 dengan rincian pengaruh langsung atau *direct effect* sebesar 0,352 dan pengaruh tidak langsung atau *indirect effect* sebesar 0,323.

5. Kesimpulan

Hasil dari pembahasan mengenai penelitian ini memperlihatkan bahwa variabel *Satisfaction*, *Trust*, Motivasi dan Minat Investasi memiliki pengaruh yang dominan terhadap *intention to use*. Sementara itu variabel *Satisfaction* dan *Ease of use* berpengaruh memiliki pengaruh terhadap *trust* tetapi *Risk* tidak berpengaruh terhadap *trust* dan variabel *Ease of Use* dengan *benefit* tidak berpengaruh positif terhadap *Usefulness*.

Variabel *Satisfaction* mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap *intention to use* melalui variabel *trust*, begitu juga variabel Motivasi mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap in-

tention to use melalui variabel Minat Investasi.

Penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan, karena adanya keterbatasan-keterbatasan dalam pembuatannya yaitu:

1. Waktu dalam pengambilan data yang sangat singkat, sehingga sulit untuk dapat mengumpulkan jumlah responden yang banyak, agar hasil penelitian ini dapat lebih baik lagi.
2. Jumlah responden masih sedikit jumlahnya yang tertarik menjadi investor yang sebenarnya, melakukan transaksi hanya dijadikan sebagai pengalaman saja.
3. Untuk penelitian selanjutnya dapat ditambahkan variabel lain yang berhubungan dengan investasi agar dapat lebih menjelaskan apakah ada hubungannya dengan kebiasaan pada *intention to use*.

Daftar Referensi

- Bentley, Lonnie D, dan Jeffrey L Whitten. 2009. *Systems Analysis and Design for the Global Enterprise Seventh Edition*. New York : McGraw-Hill.
- Bhattacharjee A ,2001, Understanding information system continuance : an expectation – confirmation model , ‘MIS Quarterly Vol. 25 No. 3, pp. 351-370/September 2001.
- Chen, Yu Hui, and Stuart Barnes. "Initial Trust and Online Buyer Behaviour." *Industrial Management & Data Systems* 107.1 (2007): 21-36
- Cristanti, Natalia dan Mahastanti, Linda Arlani. 2011. "Faktor-faktor yang di Pertimbangkan Investor Dalam melakukan Investasi". *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, Tahun 4, No. 3, Desember 2011.
- Davis F.D,1989 , Percieved usefulness, percieved ease of use, and user acceptance of information technology, *MIS Quatterly* ,September
- Davis, F.D. (1993), "*User Acceptance of Information Technology: Characteristic System, User Perception and Behavioral Impacts.*", *International Journal of Man-Machine Studies*, 38, pp 475-487.
- Gopy M & Ramayah T , 2007, Applicability of theory of planned behavior in predicting intention to trade online Some evidence from a developing country ,*International Journal of Emerging Markets* Vol. 2 No. 4, 2007 pp. 348 -360.
- Hadi, Nor. 2013. *Pasar Modal: Acuan Teoritis dan Praktis Investasi di Instrumen Keuangan Pasar Modal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Hadi, Syamsul. 2006. Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Akuntansi Dan Keuangan. Yogyakarta: Ekonisia
- Hakim, Muhammad Malik. (2011). "Analisis Model Penerimaan Pengguna dengan Model UTAUT: Studi Kasus e-SPT dan e-Filing.", Universitas Indonesia, Karya Akhir.
- Hong S.J , Thong J.Y & Tam K.Y ,2006, Understanding continued information technology usage behavior : A comparison of three models in the context of mobile internet , Decision Support Systems 42 1819–1834
- Huang S.H - Chung C & Yen D.C, 2005 , A study on decision faktor in adoption an online trading system by broker in Taiwan , Decision Support Systems 40 315– 328.
- Im I , Kim Y , Han H.J , 2008, The effect of perceived risk and technology Type on users acceptance of technoligise ‘ , Information & Management 45 (2008) 1–9.
- Lankton, N, and D. Harrison M. "Using Expectation Disconfirmation Theory to Predict Technology Trust And Usage Continuance Intention, online
<http://misrc.umn.edu/workshops/2006/spring/harrison.pdf>.
- Lee M.C , 2009, Predicting and explaining the adoption of online trading: An empirical study in Taiwan, Decision Support Systems 47 133–142.
- Santoso, Singgih (2011). "Structural Equation Modelling (SEM) Konsep dan Aplikasi dengan AMOS 18.", Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sekaran U. & Roger Bougie, 2010, "Research Methodes for Business: A Skill Building Approach", A John Wiley and Sons, Ltd, Publication.
- Septyanto, Dihin. 2013. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Investor Individu Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Di Bursa Efek Indonesia (BEI)". Jurnal Ekonomi, Volume 4 Nomor 2, November 2013.
- Setyo Hari Wijanto. (2008), "Structural Equation Modeling dengan Lisrel 8.8, Konsep dan Tutorial", Graha Ilmu.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View." MIS Quartely.
- Vidayana, "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat investor dalam menggunakan sistem perdagangan saham online", Journal of Business Strategy and Execution, 5(1), 55-76 (2012)
- Wibowo, A. (2006). "Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model". (retrieved 22 Des 2012).