

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN WEBSITE PERUSAHAAN GO-PUBLIC DALAM PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI OLEH INVESTOR POTENSIAL

Oleh:

LILY AULIA

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji tingkat penerimaan *website* perusahaan *go-public* oleh investor potensial. Data yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan kuesioner. Sampel diambil dari mahasiswa program Pascasarjana Ilmu Akuntansi (PIA), mahasiswa program Pendidikan Profesi Akuntansi (PPA), serta anggota kelompok studi pasar modal (KSPM) Universitas Lampung. Pengujian dilakukan dengan menggunakan teknik *Structural Equation Model* (SEM) dan dibantu dengan software *Partial Least Square* (PLS) versi 2.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan teknologi internet tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan dan minat perilaku investor untuk menggunakan *website* perusahaan *go-public* dalam proses pengambilan keputusan investasi. Persepsi nilai informasi dalam *website* berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi kegunaan *website* perusahaan *go-public* dalam proses pengambilan keputusan investasi. Persepsi kegunaan *website* berpengaruh positif signifikan terhadap minat perilaku investor untuk menggunakan *website* perusahaan *go-public* dalam proses pengambilan keputusan investasi.

Kata kunci : *website*, *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, persepsi nilai informasi.