

**DETERMINAN PERILAKU PENGGUNAAN APLIKASI BIBIT UNTUK
INVESTASI REKSA DANA DI INDONESIA**

Tesis

Oleh

SABDA BAYU ARIFSA

NPM 2221011056



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS LAMPUNG

BANDAR LAMPUNG

2024

**DETERMINAN PERILAKU PENGGUNAAN APLIKASI BIBIT UNTUK
INVESTASI REKSA DANA DI INDONESIA**

**Oleh
SABDA BAYU ARIFSA**

Tesis

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
MAGISTER MANAJEMEN**

Pada

**Jurusan Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG**

2024

ABSTRAK

DETERMINAN PERILAKU PENGGUNAAN APLIKASI BIBIT UNTUK INVESTASI REKSA DANA DI INDONESIA

Oleh

Sabda Bayu Arifsa

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah memberikan kemudahan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam bidang pasar modal melalui penggunaan aplikasi investasi *online*. Salah satu inovasi yang menarik perhatian dalam bidang ini adalah teknologi finansial atau *fintech*. *Fintech* merupakan penerapan kemajuan teknologi untuk meningkatkan produk dan layanan keuangan, termasuk aplikasi investasi *online*. Penelitian ini menganalisis faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan aplikasi Bibit untuk investasi reksa dana di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan kuesioner untuk mengumpulkan data dari 280 responden yang merupakan pengguna aplikasi Bibit di Indonesia dengan kriteria pengguna aplikasi Bibit yang telah melakukan investasi reksadana dan berusia minimal 17 tahun. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif untuk mengukur dan menganalisis data dengan tujuan menguji hubungan sebab akibat antar variabel. Penelitian ini menggunakan perangkat lunak SEM-LISREL 8.80 untuk menganalisis data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa niat penggunaan aplikasi Bibit dipengaruhi oleh harapan kinerja, harapan upaya, pengaruh sosial, fasilitas pendukung, dan kepercayaan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa perilaku penggunaan ditentukan oleh niat penggunaan.

Kata Kunci: Harapan Kinerja, Harapan Upaya, Pengaruh Sosial, Fasilitas Pendukung, Kepercayaan, Niat Penggunaan, Perilaku Penggunaan, UTAUT, Investasi.

ABSTRACT

DETERMINANTS OF BEHAVIOR IN USING THE BIBIT APPLICATION FOR MUTUAL FUND INVESTMENTS IN INDONESIA

By

Sabda Bayu Arifsa

The development of science and technology has provided convenience in daily life, including in the capital market using online investment applications. One innovation that has attracted attention in this field is financial technology or fintech. Fintech is the application of technological advancements to enhance financial products and services, including online investment applications. This study analyzes the factors that influence the behavior of using the Bibit application for mutual fund investments in Indonesia. The research uses a survey method with questionnaires to collect data from 280 respondents who are users of the Bibit application in Indonesia, meeting the criteria of having used the Bibit application for mutual fund investments and being at least 17 years old. This quantitative study aims to measure and analyze data to test causal relationships between variables. Data were analyzed using SEM-LISREL 8.80 software. The results of the study show that the intention to use the Bibit application is influenced by performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, and trust. Furthermore, the results indicate that usage behavior is determined by the intention to use.

Keyword: Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Trust, Behavioral Intention, Use Behavior, UTAUT, Investment

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Tesis : DETERMINAN PERILAKU PENGGUNAAN
APLIKASI BIBIT UNTUK INVESTASI REKSA
DANA DI INDONESIA

Nama Mahasiswa : Sabda Bayu Arifsa

Nomor Pokok Mahasiswa : 2221011056

Konsentrasi : Pemasaran

Program Studi : Magister Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

MENYETUJUI

Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II



Prof. Dr. Satria Bangsawan S.E., M.Si.
NIP. 19610904 198703 1 011



Dr. Roslina, S.E., M.Si.
NIP. 19770711 200501 2 002

Ketua Program Studi Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lampung



Dr. Roslina, S.E., M.Si.
NIP 19770711 200501 2 002

MENGESAHKAN

I. Komisi Penguji

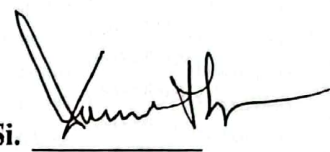
Ketua Penguji : Prof. Dr. Satria Bangsawan, S.E., M.Si.



Penguji I : Prof. Dr. Mahrinasari MS, S.E., M.Sc.



Penguji II : Dr. Dorothy Rouly Haratua Pandjaitan, S.E., M.Si.



Sekretaris Penguji : Dr. Roslina, S.E., M.Si.

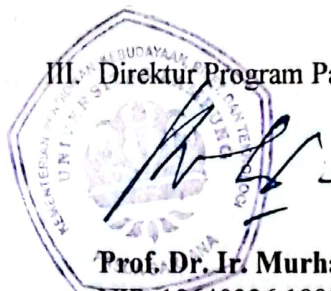


II. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP. 19660621 199003 1 003

III. Direktur Program Pascasarjana



Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si.
NIP. 19640326 198902 1 001

Tanggal Lulus Ujian Tesis: 01 Oktober 2024

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis ilmiah berupa tesis dengan judul **“Determinan Perilaku Penggunaan Aplikasi Bibit Untuk Investasi Reksa Dana Di Indonesia”** adalah karya ilmiah saya sendiri dan saya tidak melakukan plagiasi ataupun pengutipan atas karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan tata etika penulisan karya ilmiah yang berlaku dalam lingkungan masyarakat akademik.
2. Hak intelektual atas karya ilmiah ini diserahkan kepada Universitas Lampung.

Atas pernyataan ini, apabila di masa mendatang ternyata ditemukan ketidakbenaran maka saya bersedia menanggung akibat dan sanksi sesuai aturan yang berlaku.

Bandarlampung, 23 September 2024



Penulis,

Sabda Bayu Arifsa
NPM. 2221011056

RIWAYAT HIDUP

Sabda Bayu Arifsa yang merupakan penulis tesis lahir di Mulya Jaya, 23 September 1998. Penulis merupakan anak ke empat dari pasangan H. Yoyon Sumaryono, S.Pd dan Hj. Anik Rohmawati, S.P. Penulis memulai pendidikan pada tahun 2004 penulis menyelesaikan pendidikan formal Taman Kanak-Kanak (TK) di TK PGRI Mulya Jaya, Kecamatan Mesuji Raya, Kabupaten Ogan Komering Ilir, Provinsi Sumatera Selatan. Penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SDN 1 Mulya Jaya, Kecamatan Mesuji Raya, Kabupaten Ogan Komering Ilir, Provinsi Sumatera Selatan, tahun 2004-2010. Setelah menyelesaikan pendidikan SD, penulis melanjutkan ke jenjang berikutnya yaitu Sekolah Menengah Pertama di SMPN 2 Mesuji Raya, Kabupaten Ogan Komering Ilir, Provinsi Sumatera Selatan, tahun 2010-2013 dan melanjutkan Sekolah Menengah Akhir di SMAN 3 Kayu Agung, Kabupaten Ogan Komering Ilir, Provinsi Sumatera Selatan, tahun 2013-2016

Pada tahun 2016 penulis melanjutkan pendidikan sarjana (S1) di Universitas Telkom. Penulis merupakan mahasiswa program studi Teknik Elektro, Fakultas Teknik Elektro. Penulis menyelesaikan studi pada akhir tahun 2021. Setelah menyelesaikan pendidikan sarjana (S1) penulis melanjutkan pendidikan pascasarjana (S2) di Magister Manajemen, Universitas Lampung pada tahun 2022.

Penulis mendapatkan banyak pengalaman saat menjadi mahasiswa Magister Manajemen, Universitas Lampung. Penulis mengikuti kegiatan seminar problematik yang dilaksanakan di Uni Emirat Arab pada tahun 2023.

MOTTO

“Wahai Orang-orang yang beriman, Mohonlah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan salat. Sungguh, Allah beserta orang-orang yang sabar”

(Al-Baqarah: 153)*

“...Jika kamu bersabar dan bertaqwa ketika mereka datang menyerang kamu dengan tiba-tiba, niscaya Allah menolongmu dengan lima ribu malaikat yang memakai tanda”

(Ali-Imran: 124)*

* Departemen Agama Republik Indonesia. 2007. *Al-Qur'an Terjemah Per-Kata*. Bandung. Sygma

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirahim, puji syukur kupanjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah senantiasa memberikan berbagai nikmat, keberkahan, kemurahan dan karunia yang tak terhingga.

Shalawat beriring salam tetap tercurah kepada Rasulullah Nabi Besar Muhammad SAW, Para sahabat dan keluarga beliau serta pengikutnya yang istiqamah, hingga syafaat beliau sampai kepada kita. Karya ini saya persembahkan kepada:

1. Ayahanda (Yoyon Sumaryono) dan ibundaku (Anik Rohmawati) tersayang, atas ketulusan doa, cinta dan kasih sayang, motivasi serta pengorbanan selama ini. Senyum dan kebahagiaan kalian adalah harapan terbesarku.
2. Untuk saudara kandungku beserta keluarga (Keluarga Mas Alif, Mas Rizki, Mas Riyan) tercinta, terima kasih atas kesabaran, dukungan, kesempatan dan doa yang telah diberikan selama ini.
3. Semua sahabat, teman-teman Angkatan 2022 Program Studi Magister Manajemen Universitas Lampung terima kasih atas support, relasi dan kebersamaan yang telah dibangun selama menyelesaikan studi.
4. Dosen pembimbing, Bapak Prof. Dr. Satria Bangsawan S.E., M.Si. dan Ibu Dr. Roslina, S.E., M.Si. untuk semua waktu, bimbingan, nasihat, arahan, dukungan dan kesempatan selama penyusunan tesis ini. Semoga kebaikan bapak dan ibu dibalas dengan balasan terbaik dari Allah SWT.

SANWACANA

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Segala puji bagi Allah SWT karena telah melimpahkan rahmat-Nya, Shalawat beriring salam tetap tercurah kepada Rasulullah Nabi Besar Muhammad SAW, Para sahabat dan keluarga beliau serta pengikutnya yang istiqamah, hingga syafaat beliau sampai kepada kita, sehingga tesis ini dapat terselesaikan. Tesis yang berjudul **“Determinan Perilaku Penggunaan Aplikasi Bibit Untuk Investasi Reksa Dana Di Indonesia”** merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar Magister Manajemen (M.M.) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan tesis ini tidak mampu melakukan tanpa bantuan dari pihak lain yang telah memberikan bantuan, arahan dan motivasi. Untuk itu penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir., Murhadi., S.E., M.Si., selaku Direktur Pascasarjana Universitas Lampung
2. Bapak Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung
3. Ibu Dr. Roslina, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Lampung, sekaligus selaku dosen pembimbing kedua saya, terima kasih atas kesediaannya dalam membimbing, memberikan waktu, arahan dan dukungan kepada saya.
4. Bapak Prof. Dr. Satria Bangsawan., S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing kesatu, terima kasih atas saran, masukan, pengetahuan, dan kritik yang diberikan dalam penyelesaian tesis.
5. Ibu Prof. Dr. Mahrinasari MS, S.E., M.Sc., selaku penguji pertama, terima kasih atas saran, masukan, pengetahuan, dan kritik yang diberikan dalam penyelesaian tesis.
6. Ibu Dr. Dorothy Rouly Haratua Pandjaitan, S.E., M.Si selaku penguji kedua saya, terima kasih atas saran, masukan, pengetahuan, dan kritik yang diberikan dalam penyelesaian tesis.

7. Ibu Dr. Yuniarti, S.E., M.Si., selaku penguji ketiga dan dosen pembimbing akademik saya, terima kasih atas saran, masukan, pengetahuan, dan kritik yang diberikan dalam penyelesaian tesis.
8. Bapak dan Ibu dosen beserta staff dan karyawan program studi Magister Manajemen yang telah memberikan ilmu dan menyediakan fasilitas selama proses pembelajaran.
9. Pak Andri Kasrani, selaku staff program studi Magister Manajemen yang telah membantu semua proses pembelajaran, perkuliahan hingga penyelesaian pendidikan di Magister Manajemen.
10. Keluarga saya terutama orang tua saya, ayahanda H. Yoyon Sumaryono, S.Pd, dan ibunda Hj. Anik Rohmawati, S.P. Serta kakak-kakak kandungku beserta keluarganya, Mas drg. Alif Chandra Aryono, M.K.M, Mas dr. Riski Bastari, Sp.PD, dan Mas Triyanda Gunawawan, S.Si., Ph.D dan semua keluarga besar yang tidak bisa saya sebutkan satu per-satu. Terimakasih atas dukungan, doa, dan selalu berada disamping saya selama penyelesaian pendidikan di Magister Manajemen.
11. Teman seperjuangan di Magister Manajemen Angkatan 2022 yang telah memberikan dukungan, menemani, dan mendoakan dalam penyusunan tesis dan penyelesaian pendidikan. Saya bersyukur mempunyai teman baik yang selalu ada pada saat perkuliahan dan membantu dalam kehidupan kampus. Terima kasih atas kenangan yang kita bagi bersama.
12. Almamater tercinta, Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Lampung
13. Terima kasih kepada diri sendiri yang telah berhasil menyelesaikan penyusunan tesis untuk mendapatkan gelar Magister Manajemen (M.M.) yang telah berjuang tanpa henti dan tidak pernah menyerah untuk menghadapi semua tantangan yang ada.
14. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, terlibat dalam penyelesaian tesis ini yang tidak dapat disampaikan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini belum sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat diharapkan penulis. Semoga laporan yang

dihasilkan dan nantinya ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya.

Bandarlampung, 23 September 2024

Penulis,

Sabda Bayu Arifsa

NPM. 2221011056

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR LAMPIRAN	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS 12	12
2.1 Perilaku Konsumen.....	12
2.2 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)</i>	13
2.2.1 Harapan Kinerja (<i>Performance Expectancy</i>).....	15
2.2.2 Harapan Upaya (<i>Effort Expectancy</i>).....	16
2.2.3 Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>).....	17
2.2.4 Fasilitas Pendukung (<i>Facilitating Conditions</i>).....	18
2.2.5 Kepercayaan (<i>Trust</i>)	18
2.2.6 Niat Penggunaan (<i>Behavioral Intention</i>).....	19
2.2.7 Perilaku Penggunaan (<i>Use Behavior</i>).....	20
2.3 Penelitian Terdahulu	21
2.4 Kerangka Penelitian dan Pengembangan Hipotesis	23
2.4.1 Pengaruh Harapan Kinerja terhadap Niat Penggunaan	24
2.4.2 Pengaruh Harapan Upaya terhadap Niat Penggunaan.....	24
2.4.3 Pengaruh Pengaruh Sosial terhadap Niat Penggunaan	25
2.4.4 Pengaruh Fasilitas Pendukung terhadap Niat Penggunaan.....	25
2.4.5 Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Penggunaan	26
2.4.6 Pengaruh Niat Penggunaan terhadap Perilaku Penggunaan	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Desain Penelitian	29
3.2 Sumber Data	29
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	30
3.4 Populasi dan Sampel.....	31
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	33
3.6 Metode Analisis Data.....	35
3.7 Pengujian Hipotesis	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Hasil Penelitian.....	40
4.1.1 Hasil Pengumpulan Data	40
4.1.2 Analisis Karakteristik Responden	40
4.2 Hasil Tanggapan Responden.....	46
4.2.1 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Harapan Kinerja (PE) 46	46

4.2.2 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Harapan Upaya (EE) .	48
4.2.3 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Pengaruh Sosial (SI) .	49
4.2.4 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Fasilitas Pendukung (FC).....	51
4.2.5 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepercayaan (TR).....	52
4.2.6 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Niat Penggunaan (BI)	54
4.2.7 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Perilaku Penggunaan (UB).....	55
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas (<i>Outer Model</i>)	57
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	57
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	59
4.4 Kecocokan Keseluruhan Model (<i>Overall Model Fit</i>).....	60
4.5 Analisis Pengujian Hipotesis	61
4.6 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	62
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	63
4.7.1 Pengaruh Harapan Kinerja (PE) terhadap Niat Penggunaan (BI)	63
4.7.2 Pengaruh Harapan Upaya (EE) terhadap Niat Penggunaan (BI).....	65
4.7.3 Pengaruh Pengaruh Sosial (FC) Terhadap Niat Penggunaan (BI).....	66
4.7.4 Pengaruh Fasilitas Pendukung (FC) terhadap Niat Penggunaan (BI) ..	68
4.7.5 Pengaruh Kepercayaan (TR) Terhadap Niat Penggunaan (BI).....	69
4.7.6 Pengaruh Niat Penggunaan (BI) terhadap Perilaku Penggunaan (UB)	71
4.8 Implikasi Manajerial.....	72
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Simpulan.....	74
5.2 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	86

DAFTAR TABEL

No Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Skala Likert	30
Tabel 3.2 Perhitungan Proporsi Pengambilan Sampel	33
Tabel 3.3 Operasional Variabel	34
Tabel 3.4 Pengukuran Goodness of Fit Model.....	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	44
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	42
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pengalaman Berinvestasi	45
Tabel 4.7 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Harapan Kinerja.....	46
Tabel 4.8 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Harapan Upaya (EE)..	48
Tabel 4.9 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Pengaruh Sosial (SI)..	50
Tabel 4.10 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Fasilitas Pendukung (FC)	51
Tabel 4.11 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepercayaan (TR)....	53
Tabel 4.12 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Niat Penggunaan (BI)	54
Tabel 4.13 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Perilaku Penggunaan (UB).....	56
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas	58
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.16 Hasil GOF (Goodness of fit Statistic)	60
Tabel 4.17 Hasil Analisis Pengujian Hipotesis	62
Tabel 4.18 Hasil Uji R ²	62

DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Investor Reksa Dana	3
Gambar 1.2 Karakteristik Demografi Investor Pasar Modal Indonesia	3
Gambar 1.3 Aplikasi Reksa Dana Favorit.....	4
Gambar 1.4 Ulasan Aplikasi Bibit pada Play Store	5
Gambar 2.1 Model UTAUT	14
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian	28
Gambar 4.1 Model Struktural Penelitian	61

DAFTAR LAMPIRAN

No Lampiran	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2 Data Hasil Kuesioner.....	91
Lampiran 3 Hasil Analisis SEM-LISREL 8.80.....	116

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi memberikan kemudahan bagi manusia dalam menjalani kehidupan sehari-hari, juga berdampak pada pasar modal melalui aplikasi investasi *online*. Hal ini memungkinkan investor untuk bertransaksi kapan saja dan di mana saja hanya dengan menggunakan *smartphone* yang terhubung dengan internet. Aplikasi investasi *online* menyediakan berita pasar yang mudah diakses dan memberikan informasi mengenai situasi di pasar modal. Hal ini membantu pengguna dalam menganalisis fundamental perusahaan dan melacak perubahan inovasi dan nilai investasi. Salah satu inovasi yang menarik perhatian adalah *financial technology* atau *fintech*. *Fintech* merupakan penerapan dari kemajuan teknologi dalam meningkatkan produk dan layanan keuangan (Barbu et al., 2021).

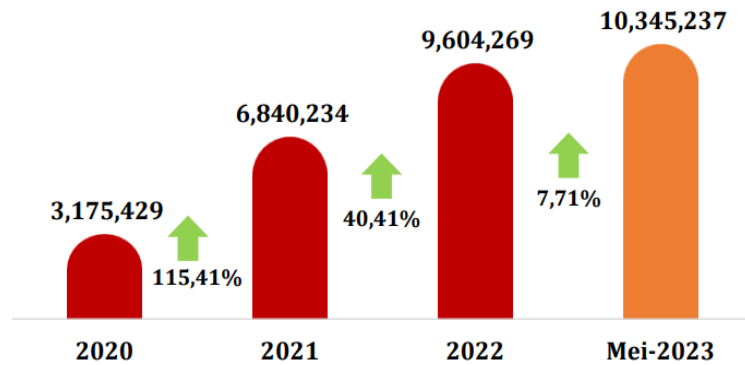
Fintech telah mengubah cara kita berhubungan dengan keuangan, terutama dalam hal layanan transaksi keuangan, produk *fintech* telah banyak diciptakan oleh berbagai perusahaan dan digunakan secara luas oleh masyarakat (Narastri & Kafabih, 2020). *Fintech* menawarkan berbagai keuntungan, terutama dalam meningkatkan efisiensi dalam ekosistem keuangan. Salah satu jenis *fintech* yang populer adalah *fintech investment* dengan platform digital, yang memungkinkan pengguna untuk melakukan investasi dengan berbagai instrumen seperti saham, reksa dana, emas, dan *cryptocurrency*. *Fintech investment* telah mengubah paradigma investasi di masyarakat, membuatnya lebih mudah diakses dan dipahami oleh banyak orang (Purwanto et al., 2022).

Kemajuan teknologi investasi *online* ini dapat memberikan layanan terbaik bagi pengguna (Mazambani & Mutambara, 2020). Kemajuan teknologi investasi memberikan dampak pada peningkatan pengguna aplikasi investasi online (Dziawgo, 2021). Perilaku penggunaan merupakan perilaku pengguna ketika menggunakan aplikasi investasi *online* (Patil et al., 2020). Pengguna aplikasi investasi *online* di Indonesia mengalami peningkatan. Namun menurut data KSEI (2023) menunjukkan adanya pelambatan dalam pertumbuhan jumlah investor

reksadana pada tahun 2023 (7.71%) dibandingkan dengan tahun 2022 (40.41%). Pelambatan dalam pertumbuhan jumlah investor dipengaruhi oleh niat untuk menggunakan aplikasi investasi online (Patil et al., 2020).

Niat penggunaan merupakan keinginan atau niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu (Agarwal, 2000). Niat penggunaan dalam konteks aplikasi investasi dapat diartikan sebagai niat untuk menggunakan aplikasi investasi *online* (Chong et al, 2021). Kemudahan dalam menggunakan aplikasi investasi dan kemudahan akses yang digunakan oleh calon pengguna maupun pengguna pada aplikasi investasi *online* dapat meningkatkan niat penggunaan. Selain itu, aplikasi investasi *online* memiliki kecepatan, efisiensi dalam proses investasi, akurasi dan kualitas yang baik dalam melakukan investasi (Nair et al, 2022). Aplikasi investasi *online* memberikan informasi seperti grafik harga saham secara *real-time*, analisis dan informasi fundamental dapat meningkatkan penggunaan investasi dalam aplikasi investasi *online*.

Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) menginformasikan pencapaian realisasi investasi Indonesia pada tahun 2022 berhasil mencapai Rp1.207,2 triliun. Realisasi itu telah melebihi target yang ditetapkan Presiden Joko Widodo, yaitu sebesar Rp1.200 triliun, atau tumbuh 34% secara tahunan (*year on year*). Selain itu, sepanjang tahun 2022, fokus kegiatan investasi tidak hanya dari pulau Jawa saja, namun menyeluruh ke wilayah lain. Nilai investasi di Pulau Jawa sebesar Rp570,9 triliun dari realisasi keseluruhan sebesar Rp570,9 triliun. Nilai investasi di luar Pulau Jawa lebih besar, yakni Rp 636,3 triliun (Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), 2023). Temuan ini menunjukkan bahwa platform investasi *online* mendorong peningkatan niat masyarakat Indonesia untuk berinvestasi, sehingga memungkinkan investor yang menggunakan aplikasi investasi digital dapat melakukan transaksi di mana saja dan kapan saja tanpa perlu melalui perantara atau broker (Affifatusholihah et al., 2021).



Gambar 1.1 Jumlah Investor Reksa Dana
(Sumber: KSEI, 2023)

Salah satu penyumbang tertinggi sektor investasi digital di Indonesia berasal dari investasi reksa dana, PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) mencatat hingga Mei 2023 jumlah *Single Investor Identification* (SID) bagi investor reksa dana per Mei 2023 meningkat sebesar 7,71% dari 9.604.269 SID pada tahun 2022 menjadi 10.345.237 SID pada tahun 2023. Demografi usia investor per Mei 2023 didominasi oleh masyarakat dengan usia di bawah 30 (57,81%) dan 31 - 40 (22,94%) seperti terlihat pada Gambar 1.1 dan 1.2:

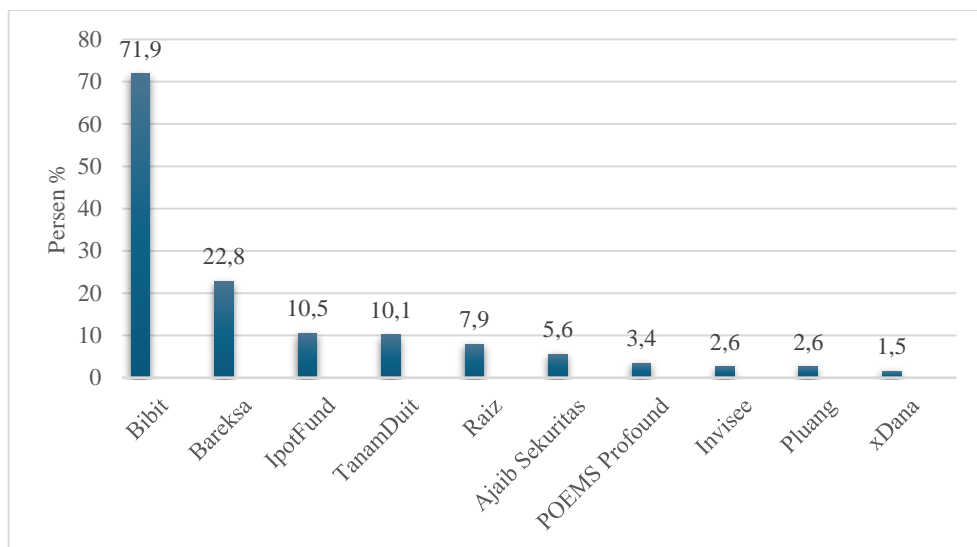
Usia	Mei-23 %	Aset (Rp T)
<= 30	57,81%	49,22
31 - 40	22,94%	105,60
41 - 50	11,11%	159,92
51 - 60	5,31%	232,64
> 60	2,82%	759,01

Gambar 1.2 Karakteristik Demografi Investor Pasar Modal Indonesia
(Sumber: KSEI, 2023)

Data di atas menunjukkan bahwa jumlah investor reksa dana telah meningkat sejak berkembangnya platform reksa dana *online*. Dengan berkembangnya inovasi, peningkatan industri pasar modal dan keberadaan *fintech*, calon investor semakin mudah untuk membuka rekening efek (Hamdhi, 2023). Aplikasi investasi *online*

dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan layanan terhadap pengguna (Nwankpa & Merhout, 2020).

Aplikasi investasi *online* menjadi salah satu pilihan yang populer bagi para investor terutama di Indonesia. Menurut hasil survey Katadata Insight Center (KIC) bersama Sisi+ dan Zigi.id pada sejumlah 71,9% responden terkait “Aplikasi Investasi Reksadana Favorit” menunjukkan bahwa Bibit adalah platform yang sangat disukai untuk berinvestasi di reksadana (Pahlevi, 2022). Bibit memiliki kemudahan dalam penggunaan, transparansi informasi dan diversifikasi portofolio yang ditawarkan. Selain itu, adanya pendampingan dan edukasi investasi juga menjadi nilai tambah bagi pengguna untuk menggunakan aplikasi Bibit.



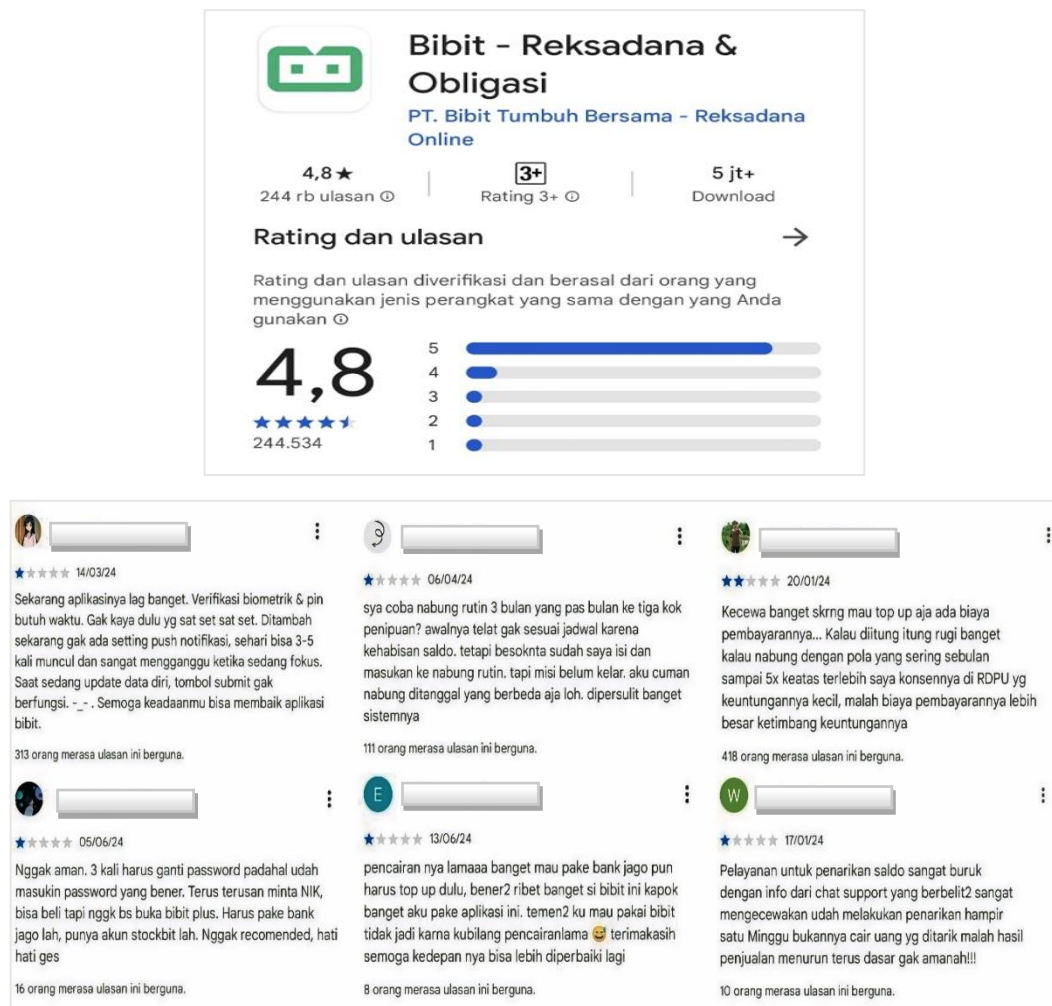
Gambar 1.3 Aplikasi Reksa Dana Favorit

(Sumber: Databoks, 2022)

Berdasarkan Gambar 1.3 dapat dilihat 71,9% responden menggunakan Bibit untuk kebutuhan investasi. Hal ini menunjukkan adanya tingkat niat masyarakat dalam menggunakan aplikasi Bibit. Kemudahan dalam penggunaan dan antarmuka intuitif aplikasi Bibit menjadi faktor yang dapat menarik niat penggunaan aplikasi investasi *online*. Tingginya tingkat penggunaan Bibit oleh responden menunjukkan bahwa aplikasi Bibit memiliki popularitas dan keunggulan yang dapat menarik niat penggunaan investor di Indonesia (bibit.id, 2024).

Aplikasi Bibit adalah aplikasi investasi digital berbasis *robo-advisor* yang dimiliki oleh startup investasi Stockbit. CEO pertamanya Wellson Lo dan kemudian

digantikan oleh Sigit Kouwagam. Diluncurkan pada tahun 2019 oleh PT Bibit Tumbuh Bersama, Bibit telah menjadi salah satu pemain unggulan dalam industri platform investasi *online* yang pengguna dapat berinvestasi dengan modal sebesar Rp. 100.000. Bibit telah memperoleh reputasi yang solid di pasar sebagai Agen Penjual Efek Reksa Dana (APERD) yang disahkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (Fatimarahma, 2023).



Gambar 1.4 Ulasan Aplikasi Bibit pada Play Store

(Sumber: Play Store, 2024)

Berdasarkan ulasan aplikasi Bibit di Play Store dari tahun 2019 hingga Juni 2024, aplikasi ini telah diunduh lebih dari 5 juta kali dan memperoleh rating 4,8 dari 5 bintang, berdasarkan 244 ribu ulasan pengguna. Meskipun secara umum aplikasi ini mendapatkan respons positif dari para pengguna, terdapat sejumlah keluhan yang terkait dengan masalah teknis. Keluhan tersebut terutama mencakup

lamanya proses pencairan dana, kesulitan masuk ke aplikasi, serta keterlambatan dalam proses verifikasi biometrik dan PIN. Kondisi ini menunjukkan adanya potensi penurunan persepsi kinerja aplikasi di kalangan pengguna, yang pada akhirnya mempengaruhi niat dan perilaku penggunaan aplikasi Bibit (Play Store, 2024).

Menurut teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), niat dan perilaku penggunaan teknologi seperti aplikasi Bibit dipengaruhi oleh beberapa variabel penting, yaitu harapan kinerja, harapan upaya, pengaruh sosial, fasilitas pendukung, dan kepercayaan (Alrawi et al., 2020; Eren, 2023; Venkatesh et al., 2003). Variabel-variabel ini relevan dalam konteks aplikasi Bibit, karena setiap aspek yang memengaruhi kepuasan pengguna dapat berdampak langsung pada intensitas dan frekuensi penggunaan aplikasi

Harapan kinerja mengacu pada sejauh mana aplikasi dapat memenuhi kebutuhan pengguna dalam hal investasi reksa dana. Fitur unggulan Bibit, seperti *robo-advisor* yang berbasis kecerdasan buatan, dirancang untuk memberikan rekomendasi investasi yang sesuai dengan profil risiko pengguna. Namun, beberapa ulasan pengguna mengindikasikan ketidakpuasan terhadap kinerja aplikasi, terutama dalam hal kecepatan pencairan dana. Sebagai contoh, pengguna melaporkan bahwa proses pencairan sering kali memakan waktu lebih lama dari yang dijanjikan, yang pada gilirannya menurunkan harapan kinerja aplikasi di mata pengguna. Hal ini sejalan dengan temuan Nainggolan dan Handayani (2023) bahwa ketidakmampuan aplikasi untuk memenuhi harapan kinerja dapat berpengaruh negatif terhadap niat penggunaan sehingga memengaruhi perilaku penggunaan.

Faktor selain harapan kinerja yaitu harapan upaya berkaitan dengan kemudahan penggunaan aplikasi. Meskipun Bibit telah merancang antarmuka yang intuitif untuk memudahkan pengguna baru dalam memulai investasi, beberapa ulasan mengungkapkan keluhan terkait kesulitan teknis dalam proses pendaftaran dan top-up. Beberapa pengguna mengeluhkan bahwa aplikasi sering kali berhenti di layar logo dan memerlukan waktu lama untuk masuk ke aplikasi. Hambatan ini meningkatkan persepsi bahwa aplikasi sulit digunakan, yang pada akhirnya menurunkan niat penggunaan. Kondisi ini diperkuat oleh penelitian Nair et al.

(2022) yang menyatakan bahwa harapan upaya yang tidak terpenuhi cenderung menurunkan intensitas dan frekuensi penggunaan aplikasi.

Pengaruh sosial juga merupakan variabel penting dalam teori UTAUT yang mencerminkan bagaimana opini orang-orang di sekitar pengguna dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk mengadopsi teknologi. Dalam konteks Bibit, rekomendasi dari keluarga, teman, atau influencer berperan signifikan dalam menarik pengguna baru. Namun, ulasan negatif yang tersebar luas di media sosial dapat berdampak negatif pada persepsi calon pengguna. Ulasan yang mencatat keluhan terkait masalah teknis dan lamanya proses pencairan dapat memengaruhi niat pengguna lain untuk mencoba aplikasi. Pengaruh sosial negatif ini dapat mengurangi tingkat adopsi aplikasi di kalangan pengguna baru, sebagaimana diidentifikasi dalam penelitian Nainggolan dan Handayani (2023).

Selain itu, fasilitas pendukung mencakup berbagai dukungan yang tersedia untuk memudahkan pengguna dalam menggunakan aplikasi, termasuk dukungan teknis dan edukatif. Meskipun Bibit telah menyediakan tutorial, artikel edukatif, dan webinar untuk meningkatkan literasi pengguna terkait investasi, beberapa ulasan pengguna menunjukkan ketidakpuasan terhadap layanan dukungan pelanggan. Misalnya, beberapa pengguna mengeluhkan lambatnya respons dari tim dukungan pelanggan ketika mereka menghadapi masalah dengan pencairan dana atau proses top-up. Hal ini menunjukkan bahwa dukungan yang kurang memadai dapat mengurangi kepuasan pengguna dan memengaruhi niat penggunaan aplikasi, sebagaimana dijelaskan dalam penelitian Jahanshahi et al. (2020).

Kepercayaan memainkan peran penting dalam konteks aplikasi keuangan seperti Bibit, di mana keamanan dan integritas layanan menjadi hal yang krusial. Bibit telah menerapkan berbagai fitur keamanan, seperti verifikasi biometrik dan notifikasi keamanan untuk aktivitas mencurigakan, guna membangun kepercayaan pengguna. Namun, ulasan pengguna mengungkapkan ketidakpuasan terhadap transparansi terkait biaya yang dikenakan oleh aplikasi. Ketika pengguna merasa tidak mendapatkan informasi yang cukup jelas mengenai biaya transaksi, kepercayaan mereka terhadap aplikasi dapat menurun. Hal ini berpotensi

memengaruhi niat dan perilaku penggunaan secara negatif, sebagaimana diidentifikasi dalam penelitian Eren (2023).

Secara keseluruhan, ulasan pengguna aplikasi Bibit menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam model UTAUT, seperti harapan kinerja, harapan upaya, pengaruh sosial, fasilitas pendukung, dan kepercayaan, memiliki pengaruh signifikan terhadap niat dan perilaku penggunaan aplikasi. Ketika variabel-variabel ini tidak terpenuhi, pengguna cenderung menunjukkan perilaku penggunaan yang negatif, seperti penurunan frekuensi penggunaan atau bahkan berhenti menggunakan aplikasi. Oleh karena itu, penting bagi Bibit untuk terus melakukan perbaikan teknis dan layanan, serta menjaga kepercayaan pengguna, guna memastikan keberlanjutan adopsi dan loyalitas pengguna.

Beberapa penelitian terdahulu telah meneliti niat penggunaan teknologi terkait pengadopsian *fintech* (Bajunaied et al., 2023), platform investasi *online* di pasar modal (Nair et al., 2022), *mobile stock trading* (Chong et al., 2021), *mobile payment* (Purohit & Arora, 2021), *mobile wallet* (Chawla & Joshi, 2019) maupun *mobile banking* (Singh & Srivastava, 2018). Penelitian sebelumnya menemukan bahwa harapan kinerja (*performance expectancy*) dan harapan upaya (*effort expectancy*) yang dilakukan oleh pengguna dalam berinvestasi sangat memiliki keterkaitan (Al-Azawei & Alowayr, 2020). Niat penggunaan sistem berbasis aplikasi *mobile* selalu diikuti dengan adanya harapan kinerja dan harapan upaya yang dilakukan seseorang (Al-Saedi et al., 2020). Temuan lain juga menjelaskan bahwa harapan kinerja memiliki hubungan terhadap niat penggunaan, namun harapan upaya seseorang tidak memiliki dampak pada niat penggunaan sistem informasi pemilihan pimpinan dalam organisasi (Naranjo-Zolotov et al., 2019). Selain itu, de Blanes Sebastián et al. (2023) juga menemukan bahwa harapan kinerja tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat penggunaan platform pembayaran seluler Bizum.

Beberapa penelitian lain menunjukkan bahwa pengaruh sosial (*social influence*) dan fasilitas pendukung (*facilitating conditions*) berkaitan terhadap niat penggunaan seseorang dalam pembayaran digital berbasis *mobile* (Patil et al., 2020). Al-Saedi et al. (2020) dalam risetnya menjelaskan bahwa niat penggunaan pembayaran digital juga dipengaruhi oleh pengaruh sosial dan fasilitas pendukung.

Hasil yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian terdahulu yang menjelaskan harapan upaya dan pengaruh sosial berpengaruh tidak signifikan terhadap niat penggunaan dompet digital (Widodo et al., 2019). Selain itu, penelitian oleh Utomo et al. (2021) menunjukkan bahwa fasilitas pendukung tidak berpengaruh terhadap niat penggunaan aplikasi *mobile* kesehatan terpadu.

Penelitian mengenai adopsi teknologi informasi, kepercayaan (*trust*) menjadi faktor utama karena dapat mempengaruhi sikap individu dalam mengadopsi teknologi informasi (Hu et al., 2019). Studi lain menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap niat penggunaan (Liu & Yang, 2018). Penelitian lain menjelaskan adopsi teknologi informasi baru seperti aplikasi perdagangan saham seluler, kepercayaan memiliki makna tersirat bahwa individu percaya teknologi yang mereka gunakan dapat digunakan dengan mudah dan praktis (Beldad & Hegner, 2018). Hasil yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian pada pengguna teknologi berbasis aplikasi *mobile* menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap niat penggunaan (Alifya & Indriyanti, 2022).

Mempertimbangkan belum optimalnya perilaku penggunaan aplikasi investasi *online* masyarakat melakukan investasi reksa dana pada aplikasi investasi *online* karena jumlah investor masih relatif kecil yaitu 3,75% dibanding dengan jumlah penduduk Indonesia (Ahdiat, 2023) dan hasil inkonsisten penelitian terdahulu maka peneliti melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan aplikasi Bibit untuk investasi reksa dana dengan menggunakan variabel dari teori UTAUT yaitu harapan kinerja, harapan upaya, pengaruh sosial, fasilitas pendukung dan menambahkan variabel kepercayaan. Peneliti tertarik menggunakan penelitian dengan judul "Determinan Perilaku Penggunaan Aplikasi Bibit Untuk Investasi Reksa Dana".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diajukan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah harapan kinerja memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan aplikasi Bibit?

2. Apakah harapan upaya memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan aplikasi Bibit?
3. Apakah pengaruh sosial memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan aplikasi Bibit?
4. Apakah fasilitas pendukung memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan aplikasi Bibit?
5. Apakah kepercayaan memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan aplikasi Bibit?
6. Apakah niat penggunaan memiliki pengaruh terhadap perilaku penggunaan aplikasi Bibit?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, dalam penelitian ini memiliki tujuan yaitu:

1. Mengetahui pengaruh harapan kinerja terhadap niat penggunaan aplikasi Bibit.
2. Mengetahui pengaruh harapan upaya terhadap niat penggunaan aplikasi Bibit.
3. Mengetahui pengaruh pengaruh sosial terhadap niat penggunaan Bibit.
4. Mengetahui pengaruh fasilitas pendukung terhadap niat penggunaan aplikasi Bibit.
5. Mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap niat penggunaan aplikasi Bibit.
6. Mengetahui pengaruh niat penggunaan terhadap perilaku penggunaan aplikasi Bibit.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi secara luas bagi beberapa pihak, diantaranya adalah sebagai berikut::

1. Manfaat Teoritis

Penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan keilmuan dan dapat digunakan sebagai sumber dalam melakukan kajian khususnya terkait pengaruh harapan kinerja, harapan upaya, pengaruh sosial, fasilitas pendukung, dan kepercayaan terhadap niat penggunaan serta perilaku penggunaan aplikasi Bibit dalam berinvestasi reksa dana. Selain itu, penelitian diharapkan juga dapat digunakan untuk mengembangkan penelitian-penelitian di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dalam membuat keputusan terhadap kebijakan PT. Bibit Tumbuh Bersama terkait preferensi pengguna agar niat menggunakan aplikasi Bibit dalam berinvestasi reksa dana dapat dimaksimalkan. Selain itu, juga diharapkan dapat mengoptimalkan penerapan ekonomi dalam ilmu pengetahuan dan pengaplikasian pada transaksi produk reksa dana serta pengelolaan reksa dana.

BAB II

TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Perilaku Konsumen

Menurut Kotler & Keller (2009) perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi menentukan pilihan, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen melibatkan pemikiran dan perasaan yang dialami oleh individu serta tindakan yang mereka ambil dalam proses konsumsi. Hal ini mencakup semua aspek lingkungan yang mempengaruhi cara seseorang berpikir, merasakan dan bertindak. Perilaku konsumen bersifat dinamis karena pikiran, perasaan dan tindakan individu, kelompok konsumen dan masyarakat umum berubah seiring waktu dengan perkembangan zaman (Peter & Olson, 2010).

Perkembangan teknologi yang pesat membuat perilaku konsumen mengalami perubahan signifikan. Teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju memungkinkan konsumen untuk mengakses informasi produk dan layanan dengan lebih mudah dan cepat. Menurut penelitian oleh Li & Atkinson (2020) kemajuan teknologi telah mengubah cara konsumen berinteraksi dengan merek dan bagaimana membuat keputusan pembelian. Misalnya, aplikasi investasi seperti Bibit memanfaatkan teknologi untuk memberikan rekomendasi investasi yang dipersonalisasi berdasarkan profil risiko pengguna yang pada gilirannya mempengaruhi keputusan dalam investasi.

Penggunaan aplikasi investasi *online* di era digital saat ini semakin meningkat seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Konsumen kini lebih memilih cara yang praktis dan efisien untuk mengelola investasi. Aplikasi seperti Bibit menawarkan kemudahan dalam berinvestasi, mulai dari pendaftaran hingga pembelian reksa dana, yang semuanya dapat dilakukan melalui perangkat mobile. Menurut Gai et al. (2018) teknologi enkripsi dan keamanan data yang diterapkan dalam aplikasi investasi *online* menjadi faktor penting yang meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap penggunaan aplikasi tersebut.

Teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dapat digunakan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan

penggunaan teknologi oleh konsumen. Menurut Venkatesh et al. (2003) UTAUT mencakup empat konstruk utama: harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial dan fasilitasi pendukung. Pada konteks penggunaan aplikasi Bibit untuk investasi reksa dana, harapan kinerja terkait dengan manfaat yang diharapkan dari aplikasi tersebut, seperti kemudahan akses dan informasi yang akurat. Harapan usaha mengacu pada kemudahan penggunaan aplikasi, sementara pengaruh sosial mencakup dukungan dan rekomendasi dari orang-orang terdekat atau influencer di media sosial. Fasilitas pendukung meliputi ketersediaan sumber daya dan dukungan teknis yang memadai untuk menggunakan aplikasi Bibit.

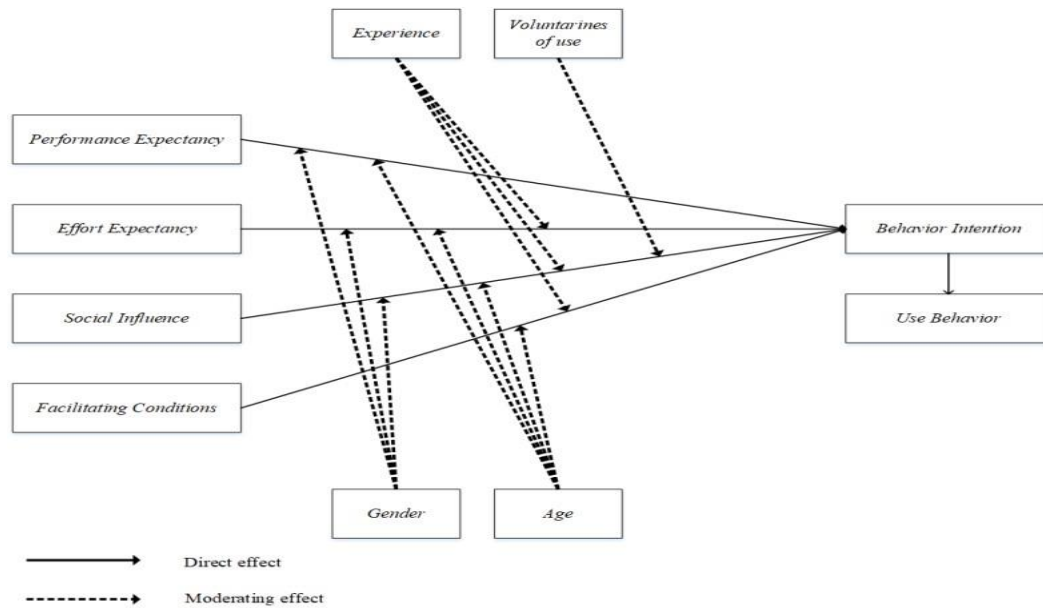
Perubahan perilaku konsumen dalam penggunaan aplikasi investasi *online* dapat dipahami melalui perspektif teori UTAUT yang menjelaskan bagaimana faktor-faktor teknologi dan sosial mempengaruhi adopsi dan penggunaan teknologi baru dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini akan mendalami lebih lanjut bagaimana masing-masing konstruk UTAUT berperan dalam mendorong adopsi aplikasi Bibit oleh konsumen di Indonesia.

2.2 *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) adalah kerangka kerja yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2003) untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi. UTAUT secara komprehensif mengkaji seluruh delapan model adopsi teknologi yang dominan untuk mengatasi keterbatasan teori penerimaan teknologi (Venkatesh et al., 2003). Teori-teori yang termasuk dalam proses integrasi UTAUT adalah teori TRA (*Theory Reasoned Action*), TPB (*Theory Planned Behavior*), SCT (*Social Cognitive Theory*), TAM (*Technology Acceptance Model*), IDT (*Innovation Diffusion Theory*), MPCU (*Model of PC Utilization*), MM (*Motivation Model*), C-TAM-TPB (*Combined TAM and TPB*). Pengembangan UTAUT menekankan pada konsep penerimaan dari teknologi sebelumnya (Venkatesh et al., 2003). UTAUT digunakan untuk mengukur sejauh mana adopsi pada *fintech* (Patil et al., 2020).

Model UTAUT merangkum empat konstruk inti, termasuk harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan upaya (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*) dan fasilitas pendukung (*facilitating condition*). Pemodelan niat

penggunaan dan sikap terhadap penggunaan teknologi secara bertahap untuk menganalisis mekanisme perilaku pengguna (Ye et al., 2020). Hubungan antara faktor-faktor tersebut, niat penggunaan dan perilaku penggunaan di moderasi oleh empat faktor utama yaitu *Gender* (Jenis Kelamin), *Age* (Usia), *Experience* (Pengalaman), dan *Voluntariness of Use* (Kesukarelaan Penggunaan) (Venkatesh et al., 2003). Gambar 2.1 merupakan komponen model UTAUT.



Gambar 2.1 Model UTAUT
(Sumber: Venkatesh et al., 2003)

Pada pendekatan UTAUT, harapan kinerja diartikan sebagai sejauh mana penggunaan teknologi memberikan keuntungan bagi pengguna (Khechine et al., 2020). Harapan usaha berkaitan dengan tingkat kemudahan penggunaan teknologi (Naranjo-Zolotov et al., 2019). Pengaruh sosial diartikan sebagai persepsi individu yang dianggap penting supaya memiliki kepercayaan dalam menggunakan teknologi yang baru (Venkatesh et al., 2003). Persepsi individu yang berasal dari lingkungan sekitar merupakan sebuah bentuk perhatian sosial agar mempengaruhi individu lain untuk melakukan hal yang sama. Fasilitas pendukung merupakan sejauh mana teknologi diharapkan sebagai infrastruktur perusahaan yang memiliki pengaruh untuk mendukung teknologi dengan baik (Nwankpa & Merhout, 2020).

Harapan kinerja, harapan usaha dan pengaruh sosial dapat mempengaruhi niat penggunaan suatu teknologi, sementara niat penggunaan dan fasilitas pendukung

menentukan penggunaan teknologi (Nwankpa & Merhout, 2020). Pengaruh sosial dan fasilitas pendukung memiliki hubungan yang kuat pada niat penggunaan individu terhadap *fintech* (Patil et al., 2020). Niat penggunaan dapat mempengaruhi individu untuk menggunakan *fintech* tersebut. Pengujian niat adopsi layanan pada *fintech* di kalangan konsumen dengan menggunakan model UTAUT menunjukkan adanya pengaruh pada harapan kinerja, harapan usaha dan pengaruh sosial terhadap niat penggunaan individu. Teknologi *fintech* merupakan bagian dari inovasi produk teknologi sehingga pengukuran model UTAUT dianggap tepat untuk mengkaji penerimaan konsumen (Tan & Leby Lau, 2016).

2.2.1 Harapan Kinerja (*Performance Expectancy*)

Harapan kinerja menggambarkan tingkat kemudahan yang berkaitan dengan penggunaan teknologi informasi (Venkatesh et al., 2003). Ketersediaan teknologi informasi menawarkan manfaat atau keuntungan bagi penggunanya apabila memanfaatkan *fintech* (Patil et al., 2020). Harapan kinerja menunjukkan bahwa pengguna lebih memilih menggunakan teknologi karena membuat pekerjaan lebih cepat selesai dan meningkatkan produktivitas (Ayaz & Yanartaş, 2020). Niat penggunaan akan muncul apabila memiliki harapan terhadap pekerjaan yang akan dilakukan yaitu pada penggunaan suatu teknologi. Adanya harapan akan kinerja yang dihasilkan dapat mendorong niat penggunaan teknologi. Harapan yang besar dalam menggunakan teknologi dapat memberikan nilai lebih sehingga pekerjaan dapat diselesaikan dengan mudah. Pekerjaan yang terselesaikan dengan baik akan mendorong pencapaian prestasi kerja (Raza et al., 2019). Hal tersebut dapat dicapai dengan harapan dan keyakinannya dalam memanfaatkan teknologi.

Harapan kinerja menunjukkan bahwa teknologi dapat membantu individu untuk mencapai manfaat dalam melakukan aktivitas sehingga dapat mempengaruhi niat penggunaan teknologi finansial (Oliveira et al., 2016). Harapan kinerja merupakan faktor penting dalam hal mempengaruhi niat individu untuk menggunakan teknologi finansial (Senyo & Osabutey, 2020). Harapan kinerja digunakan untuk mengukur perilaku seseorang ketika menggunakan sistem teknologi (Venkatesh et al., 2012). Beberapa indikator yang dapat mempengaruhi harapan kinerja yaitu (Nair et al., 2022):

1. Aplikasi investasi *online* meningkatkan kinerja dalam mengelola investasi reksa dana.
2. Berinvestasi melalui aplikasi investasi *online* meningkatkan efisiensi.
3. Aplikasi investasi *online* adalah metode yang paling nyaman untuk investasi reksa dana.
4. Berinvestasi melalui aplikasi investasi *online* mencapai keuntungan lebih cepat.
5. Aplikasi investasi *online* lebih berguna dalam investasi reksa dana saat ini.

2.2.2 Harapan Upaya (*Effort Expectancy*)

Harapan upaya adalah upaya yang dilakukan seseorang untuk memahami suatu teknologi atau metode tertentu (Oh et al., 2009). Harapan upaya merujuk pada tingkat kemudahan dan kenyamanan yang dirasakan seseorang dalam menggunakan teknologi (Venkatesh et al., 2003). Harapan upaya merupakan determinan yang sangat penting dalam tahapan awal penerimaan teknologi (Jeon et al., 2020). Harapan upaya yang tinggi dapat meningkatkan niat individu dalam menggunakan teknologi. Kemudahan yang dirasakan dalam menggunakan teknologi dapat mempengaruhi individu untuk terus menggunakan aplikasi investas *online*.

Individu beranggapan bahwa investasi melalui aplikasi investasi *online* dapat mengurangi usaha yang diperlukan. Keyakinan ini menunjukkan bahwa pengguna aplikasi investasi *online* cenderung memiliki motivasi untuk terus melakukan investasi, karena mereka merasakan kemudahan penggunaan aplikasi tersebut. Selain itu, pengguna juga merasa bahwa aplikasi investasi yang mereka gunakan mudah dioperasikan (Setiawan et al., 2019). Ketika individu merasakan kemudahan dalam penggunaan aplikasi investasi *online*, maka individu memiliki harapan yang lebih tinggi untuk menggunakan aplikasi investasi *online* (Oliveira et al., 2016). Harapan upaya dapat diukur melalui beberapa indikator (Nair et al., 2022):

1. Aplikasi investasi *online* untuk investasi reksa dana mudah dipahami.
2. Aplikasi investasi *online* untuk investasi reksa dana lebih nyaman bagi pengguna.
3. Mudah mempelajari fungsi aplikasi investasi *online* untuk investasi reksa dana.
4. Aplikasi investasi *online* untuk investasi reksa dana sesuai dengan kebutuhan dan preferensi.

2.2.3 Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

Pengaruh sosial merupakan seberapa jauh persepsi individu yang menganggap penting kepercayaan dalam menggunakan teknologi (Venkatesh et al., 2003). Pengaruh sosial adalah bagaimana individu menganggap orang lain penting, seperti keluarga dan teman menganggap bahwa individu harus menggunakan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2012). Faktor pengaruh sosial menjadi salah satu konstruk yang penting dalam mempengaruhi niat penggunaan individu (Nwankpa & Merhout, 2020). Lingkungan sosial yang dimaksud dapat mengarah pada status sosial seseorang sehingga berdampak pada niat penggunaan aplikasi *online* (Siyal et al., 2021). Pendapat positif dari individu yang dipercaya akan mendorong niat individu di lingkungannya untuk berpartisipasi menggunakan teknologi (Ayaz & Yanartaş, 2020).

Pengaruh sosial dapat memengaruhi individu dalam menggunakan aplikasi investasi *online*. Dalam aplikasi investasi online, pengaruh sosial dapat terjadi melalui media sosial dan platform *online*, individu dapat terpengaruh oleh informasi mengenai investasi yang diperoleh dari orang lain. Selain itu, interaksi langsung antar individu seperti rekomendasi maupun saran dari teman, keluarga maupun influencer dapat menjadi pengaruh sosial terhadap niat individu dalam menggunakan aplikasi investasi *online*. Pengaruh sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2003). Penelitian lain dalam konteks penggunaan teknologi menemukan bahwa pengaruh sosial berpengaruh pada penerimaan teknologi (Alalwan et al., 2018). Pengukuran aspek pengaruh sosial dapat diukur melalui indikator (Nair et al., 2022):

1. Individu di sekitar memengaruhi penggunaan aplikasi investasi *online* untuk investasi reksa dana
2. Individu terdekat memengaruhi penggunaan aplikasi investasi *online* untuk investasi reksa dana
3. Mendiskusikan investasi reksa dana dengan teman sebaya.
4. Menggunakan aplikasi investasi *online* untuk investasi reksa dana dianggap lebih bergengsi.

2.2.4 Fasilitas Pendukung (*Facilitating Conditions*)

Fasilitas pendukung merupakan seberapa besar teknologi yang diharapkan sebagai infrastruktur memiliki hubungan untuk menciptakan sistem dengan baik (Venkatesh et al., 2003). Infrastruktur teknis dalam teknologi memiliki peranan dalam mendukung implementasi sistem yang ada (Venkatesh et al., 2003, 2012). Menurut Ghalandri (2012) fasilitas pendukung didefinisikan sebagai tingkat keyakinan individu terhadap ketersediaan infrastruktur teknis yang diperlukan untuk menggunakan teknologi informasi yang diinginkan. Fasilitas pendukung memiliki peran penting pada aplikasi investasi *online* untuk meningkatkan niat individu dalam menggunakan aplikasi investasi *online*. Aplikasi investasi *online* perlu menyediakan fitur yang dapat membantu pengguna dalam menggunakan aplikasi investasi *online*.

Pada penggunaan teknologi dalam investasi *online* seseorang membutuhkan keterampilan, teknologi *mobile*, koneksi internet dan keamanan. Semakin baik fasilitas pendukung tersedia bagi pengguna maka semakin besar kemauan pengguna untuk menerima teknologi (Raza et al., 2019). Aplikasi investasi online yang memiliki fasilitas pendukung yang lengkap dapat membantu pengguna dalam menggunakan aplikasi investasi *online* seperti mengelola investasi dengan efektif. Fasilitas pendukung mengacu pada kepercayaan konsumen terhadap sumber daya dan dukungan yang tersedia bagi pengguna untuk menggunakan teknologi aplikasi investasi *online* (Patil et al., 2020). Fasilitas pendukung dapat diukur melalui beberapa indikator yaitu (Nair et al., 2022):

1. Memiliki sumber daya untuk investasi reksa dana melalui aplikasi investasi *online*.
2. Memiliki pengetahuan dalam menggunakan aplikasi investasi *online* untuk investasi reksa dana
3. Investasi reksa dana melalui aplikasi investasi *online* lebih kompatibel.

2.2.5 Kepercayaan (*Trust*)

Kepercayaan adalah faktor penting bagi pengguna dalam menggunakan teknologi. Moorman et al. (1993) mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan individu untuk menggantungkannya dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena memiliki keyakinan kepada pihak lain. Menurut Pavlou (2003)

kepercayaan adalah keyakinan yang membuat konsumen mudah mempercayai penjual *online* setelah mempelajari karakteristiknya. Pandangan ahli teori kepribadian, mengonseptualisasikan kepercayaan sebagai keyakinan, harapan, atau perasaan yang berakar dalam pada kepribadian dan berakar pada perkembangan psikologis awal individu (Lewicki & Bunker, 1996).

Kepercayaan dalam menggunakan aplikasi investasi *online* merupakan hal penting dalam mempengaruhi keputusan individu untuk melakukan investasi pada aplikasi *online* (Afif et al., 2018). Kualitas informasi yang disediakan oleh aplikasi investasi *online* merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepercayaan individu dalam menggunakan aplikasi investasi *online*. Individu akan merasa lebih percaya jika aplikasi investasi *online* memberikan informasi yang jelas, akurat dan komprehensif tentang produk investasi dan resiko investasi.

Perkembangan teknologi dan munculnya internet telah berdampak pada platform investasi *online*. Faktor kepercayaan dalam teknologi adalah perkiraan subjektif dimana pengguna percaya dapat melakukan transaksi *online* konsisten dengan yang diharapkan (Stewart & Pavlou, 2002). Kepercayaan dapat diukur oleh beberapa indikator yaitu (Chong et al., 2021):

1. Investasi reksa dana melalui aplikasi investasi *online* dapat dipercaya.
2. Investasi reksa dana melalui aplikasi investasi *online* bukan suatu tindakan oportunistis.
3. Transaksi reksa dana melalui aplikasi investasi *online* dapat dipercaya.
4. Layanan investasi reksa dana melalui aplikasi investasi *online* dapat dipercaya.

2.2.6 Niat Penggunaan (*Behavioral Intention*)

Niat penggunaan dalam model penelitian UTAUT dijelaskan melalui teori *behavioral intention*. Niat penggunaan adalah kemungkinan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu (Venkatesh et al., 2003). Dalam konsep teori sikap, niat penggunaan seringkali disebut komponen konatif dari sikap (Fishbein & Ajzen, 1975). Secara konseptual, komponen konatif sikap memiliki definisi yang serupa dengan niat penggunaan, yaitu kecenderungan respon tertentu seseorang terhadap suatu objek atau aktivitas (Mothersbaugh & Hawkins, 2016). Keinginan atau niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu disebut dengan niat penggunaan (Agarwal & Karahanna, 2000). Dalam hal teknologi atau sistem

informasi, niat penggunaan mengacu pada niat seseorang untuk menggunakan teknologi atau sistem informasi (Fernando et al., 2021). Niat berperilaku dalam konteks platform investasi dapat diartikan sebagai niat untuk menggunakan platform investasi *online* (Chong et al., 2021; Khan et al., 2020).

Niat adalah aktivitas psikis yang timbul dari perasaan (afektif) dan pikiran (kognitif) dari barang atau jasa yang diinginkan (Schiffman & Kanuk, 1997). Menurut Belch dan Belch (2009), niat penggunaan adalah kecenderungan untuk menggunakan sebuah merek dan secara umum berdasarkan kesesuaian antara motif pembelian dengan atribut atau karakteristik merek yang dapat dipertimbangkan. Sebelum konsumen membuat keputusan pembelian, konsumen terlebih dahulu mencari informasi tentang barang dan jasa yang akan dipilih. Sumber informasi utama dibagi menjadi empat kelompok: (1) Pribadi, seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan; (2) Iklan, seperti iklan, situs web, tenaga penjualan, dealer, pengemasan dan tampilan; (3) Publik, seperti media massa, peringkat konsumen organisasi; (4) Eksperimental, seperti penanganan pemeriksaan, penggunaan produk (Kotler & Keller, 2009). Indikator yang dapat mempengaruhi niat penggunaan menurut Nair et al., (2022) yaitu:

1. Niat menggunakan aplikasi investasi *online* untuk investasi reksa dana.
2. Niat untuk terlibat dalam investasi reksa dana melalui aplikasi investasi *online* di masa depan.
3. Investasi reksa dana melalui aplikasi investasi *online* akan membawa perubahan signifikan dalam strategi investasi.
4. Niat untuk merekomendasikan investasi reksa dana melalui aplikasi investasi *online* kepada orang lain.

2.2.7 Perilaku Penggunaan (*Use Behavior*)

Menurut Peter & Olson (2010) perilaku (*behavior*) mengacu pada tindakan nyata konsumen yang dapat di observasi secara langsung. Sedangkan perilaku dalam konteks sistem informasi dapat didefinisikan bahwa perilaku penggunaan merupakan intensitas pengguna dalam menggunakan suatu teknologi yang baru. Venkatesh et al. (2003) mendefinisikan perilaku penggunaan sebagai perilaku aktual yang dilakukan oleh pengguna setelah melalui berbagai tahap adopsi teknologi, mulai dari kesadaran, evaluasi, hingga keputusan untuk menggunakan

teknologi secara berkelanjutan. Perilaku ini mencakup frekuensi, durasi dan cara penggunaan teknologi atau aplikasi yang bersangkutan.

Penelitian empiris sebelumnya menunjukkan bahwa perilaku penggunaan sering digunakan sebagai variabel dependen (Chao, 2019; Yaseen et al., 2022). Perilaku ini dievaluasi melalui pengamatan terhadap pengguna yang telah mengadopsi teknologi baru. Pengukuran variabel perilaku penggunaan mencakup frekuensi dan durasi penggunaan, serta persepsi pengguna terhadap penerimaan teknologi pembayaran digital yang digunakan. Menurut Patil et al. (2020) indikator perilaku penggunaan dalam konteks aplikasi investasi *online* dapat diukur melalui:

1. Penggunaan aplikasi investasi *online* untuk memulai investasi reksa dana
2. Pengelolaan portofolio investasi melalui aplikasi investasi *online*
3. Transaksi investasi reksa dana menggunakan aplikasi investasi *online*
4. Pendaftaran sebagai pengguna aplikasi investasi *online* untuk investasi reksa dana.

2.3 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan adalah sebagaimana dideskripsikan pada Tabel 2.1:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul dan Publisher	Peneliti dan Tahun	Variabel	Hasil Penelitian
1	<i>Determinants of mobile apps adoption by retail investors for online trading in emerging financial markets</i> Benchmarking: An International Journal - Emerald Publishing Limited	Parvathy S. Nair, Atul Shiva and Nikhil Yadav (Nair et al., 2022)	<i>Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Perceived Return, Habit, Perceived Risk, Behavioral Intention, Adoption Behavior</i>	Hasil menunjukkan hubungan yang signifikan antara beberapa faktor dengan niat penggunaan untuk mengadopsi aplikasi <i>mobile</i> untuk <i>trading online</i> . Faktor-faktor tersebut meliputi <i>performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, perceived return, dan habit</i> . Lalu, <i>perceived risk</i> menunjukkan hasil tidak signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> dan terakhir adoption menunjukkan hasil signifikan terhadap <i>adoption behavior</i> .

No	Judul dan Publisher	Peneliti dan Tahun	Variabel	Hasil Penelitian
2	<i>Antecedents of robo-advisor use intention in private pension investments an emerging market country example</i> Journal of Financial Services Marketing - Springer Nature Limited	Berrin Arzu Eren (Eren, 2023)	<i>Behavioral Intention, Effort Expectancy, Facilitating Conditions, Social Influence, Performance Expectancy, Need for with service employee, Financial Risk Tolerance, Trust</i>	Penelitian ini menemukan bahwa faktor-faktor seperti <i>Performance Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Financial Risk Tolerance,</i> dan <i>Trust</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> . Penelitian ini juga menemukan bahwa <i>Effort Expectancy</i> dan <i>Need for with service employee</i> tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> .
3	<i>Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal</i> International Journal of Information Managemen – Elsevier Ltd	Push Patil, Kuttimani, Tamilmami, Nriprendra P. Rana and Vishnupriya Raghavan (Patil et al., 2020)	<i>Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Personal Innovativeness, Anxiety, Trust, Grievance Redressal, Attitude, Behavioral Intentions dan Use Behavior.</i>	Hasil menunjukkan <i>Performance Expectancy, Effort Expectancy, Anxiety, Trust, dan Personal Innovativeness,</i> signifikan terhadap <i>Attitude</i> . Lalu, <i>Attitude, Social Influence</i> dan <i>Facilitating Conditions,</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i> . <i>Grievance Redressal</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Use Behavior</i>
4	<i>Robo-advisor based on unified theory of acceptance and use of technology</i> Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics - Emerald Publishing Limited	Hui-Chung Yeh and Min-Chun Yu (Yeh et al., 2023)	<i>Performance expectancy, effort Expectancy, social influence, facilitating condition, attitude, behavioral intention</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Performance expectancy, effort expectancy,</i> dan <i>social influence</i> berpengaruh tidak signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> melalui <i>attitude</i> . Selain itu, <i>behavioral intention</i> juga dipengaruhi secara positif oleh <i>facilitating condition</i> .
5	<i>Extending UTAUT Theory to Compare South Korean</i>	Wei Sun, Alisher Tohirovich Dedahanov, Ho	<i>Perceived asset quality, perceived asset price, perceived asset</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>perceived financial risk</i> dan <i>facilitation condition</i>

No	Judul dan Publisher	Peneliti dan Tahun	Variabel	Hasil Penelitian
	<i>and Chinese Institutional Investors' Investment Decision Behavior in Cambodia: A Risk and Asset Model</i> Symmetry - Multidisciplinary Digital Publishing Institute	Young Shin and Ki Su Kim (Sun et al., 2019)	<i>value, perceived financial risk, facilitation condition, social influence, performance expectancy, investmemt decision</i>	investasi mempengaruhi keputusan investasi. Selain itu, <i>variabel perceived asset quality</i> dan <i>perceived asset price</i> memiliki efek positif dan signifikan pada <i>perceived asset value</i> untuk kedua kelompok investor Korea Selatan dan China. Variabel <i>perceived asset value, social influence</i> , dan <i>performance expectancy</i> juga memiliki efek positif pada keputusan investasi untuk kedua kelompok investor.
6	<i>Determinants of online purchase intention: a PLS-SEM approach: evidence from Indonesia</i> Journal of Asia Business Studies - Emerald Publishing Limited	Citra Kusuma Dewi, Zurina Mohaidin and Mohsen Ali Murshid (Dewi et al., 2019)	<i>Performance expectancy, social influence, effort expectancy, facilitating conditions, anxiety, personal innovativeness dan behavioral intention to purchase online</i>	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti <i>performance expectancy, effort expectancy, personal innovativeness</i> , dan <i>anxiety</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>behavioral intention to purchase online</i> baik untuk konsumen pria maupun wanita di Indonesia.
7	<i>Islamic mobile banking smart services adoption and use in Jordan</i> A International Journal of Islamic Finance - Emerald Publishing Limited	Saad G. Yaseen, Ihab Ali El Qirem, Dima Dajani (Yaseen et al., 2022)	<i>Performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, dan perceived trust, behavioral intention, use behavior</i>	Hasil penelitian menemukan bahwa <i>performance expectancy, perceived trust</i> dan <i>hedonic motivation</i> memiliki hubungan yang signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> . Temuan bahwa <i>effort expectancy</i> memiliki pengaruh tidak signifikan dan <i>social influence</i> memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap <i>behavioral intention</i> tidak terduga.

(Sumber: Ringkasan Peneliti, 2024)

2.4 Kerangka Penelitian dan Pengembangan Hipotesis

Hubungan logis antara dua atau lebih variabel dinyatakan sebagai proposisi yang dapat diuji. Diperkirakan bahwa dengan menguji hipotesis dan memvalidasi hubungan antar variabel, solusi untuk masalah akan ditemukan.

2.4.1 Pengaruh Harapan Kinerja terhadap Niat Penggunaan

Harapan kinerja didefinisikan sebagai seberapa besar individu yakin bahwa menggunakan suatu teknologi akan membantu untuk menaikkan kinerja (Ghalandri, 2012). Harapan kinerja yang dimiliki individu menjadi faktor utama seseorang menggunakan suatu teknologi (Maita et al., 2022; Nair et al., 2022). Keyakinan individu tentang kemampuan teknologi untuk meningkatkan kinerja menjadi pertimbangan penting dalam keputusan penggunaan teknologi. Harapan kinerja pada penelitian yang dilakukan oleh Rahadi et al. (2021) menunjukkan bahwa harapan kinerja berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan aplikasi investasi reksa dana. Harapan kinerja juga menunjukkan pengaruh pada niat penggunaan inovasi *fintech* (Senyo & Osabutey, 2020).

Penelitian terhadap niat pengguna adopsi teknologi menyatakan bahwa harapan kinerja berpengaruh terhadap niat untuk terus menggunakan suatu teknologi (Lee et al., 2019). Niat penggunaan teknologi finansial dipengaruhi oleh kegunaan yang dapat memberikan manfaat dan kemudahan pengguna (Liébana-Cabanillas et al., 2018). Temuan lain terhadap adopsi teknologi finansial menunjukkan bahwa harapan kinerja berpengaruh terhadap niat adopsi teknologi (Bailey et al., 2017). Penelitian lain yang dilakukan oleh Goswami dan Dutta (2017) menyebutkan bahwa individu yang memiliki harapan kinerja tinggi akan sering memanfaatkan aplikasi investasi *online*. Maka dari itu, penelitian ini menggunakan hipotesis:

H1: Harapan kinerja berpengaruh terhadap niat penggunaan

2.4.2 Pengaruh Harapan Upaya terhadap Niat Penggunaan

Harapan upaya merupakan tingkat pengukuran kenyamanan dan kemudahan yang berhubungan dengan penggunaan suatu teknologi informasi (Onaolapo & Oyewole, 2018). Harapan upaya memiliki poin utama yaitu pentingnya teknologi tertentu akan berkurang dan menjadi tidak signifikan dalam beberapa periode tertentu (Venkatesh et al., 2003). Individu cenderung akan menggunakan teknologi tertentu yang di pilih apabila teknologi tersebut mudah digunakan (Tai & Ku, 2013). Studi oleh Rahadi et al. (2021) menemukan bahwa harapan kinerja berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan aplikasi investasi reksa dana. Studi lain menunjukkan bahwa harapan upaya berpengaruh positif terhadap niat penggunaan inovasi teknologi finansial (Senyo & Osabutey, 2020).

Penelitian lain mengenai adopsi teknologi finansial menyatakan bahwa hubungan antara harapan upaya dan niat penggunaan terbukti memiliki dampak positif (Bhatiasevi, 2016). Studi pada teknologi finansial berbasis *mobile* ditemukan bahwa harapan upaya memiliki pengaruh signifikan terhadap niat adopsi teknologi (Alalwan et al., 2018). Penelitian mengenai penerimaan teknologi finansial menunjukkan bahwa harapan upaya merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan teknologi (Alrawi et al., 2020). Melihat beberapa penelitian yang menunjukkan adanya hubungan antara harapan upaya dengan niat penggunaan, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H2: Harapan upaya berpengaruh terhadap niat penggunaan

2.4.3 Pengaruh Pengaruh Sosial terhadap Niat Penggunaan

Pengaruh sosial merupakan faktor yang dapat mempengaruhi niat pengguna dalam mengadopsi suatu teknologi (Venkatesh et al., 2003). Pengaruh sosial menjadi salah satu faktor penting yang dapat digunakan untuk menentukan niat penggunaan teknologi informasi (Nair et al., 2022). Individu lebih mempercayai orang terdekat mereka seperti teman, keluarga, rekan kerja atau partner daripada informasi yang beredar di publik. Studi yang dilakukan oleh Onnela dan Reed-Tsochas (2010) menyatakan bahwa pengaruh sosial mempengaruhi perilaku niat penggunaan individu terhadap teknologi tertentu.

Studi lain yang dilakukan oleh Koenig-Lewis et al. (2015) menyatakan bahwa pengaruh sosial menurunkan persepsi risiko, sehingga mempengaruhi niat penggunaan. Pengaruh sosial ditemukan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat penerimaan teknologi (Jeon et al., 2020). Penelitian lain menyatakan bahwa pengaruh sosial melibatkan faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan teknologi (Bailey et al., 2020). Melihat beberapa penelitian yang menunjukkan adanya hubungan antara pengaruh sosial dengan niat penggunaan, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H3: Pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat penggunaan

2.4.4 Pengaruh Fasilitas Pendukung terhadap Niat Penggunaan

Fasilitas pendukung didefinisikan seberapa besar individu percaya bahwa infrastruktur organisasi dan teknis tersedia untuk mendukung penggunaan suatu

sistem (Venkatesh et al., 2003). Menurut Arfi et al. (2021) menunjukkan bahwa fasilitas pendukung mencakup ketersediaan sumber daya teknologi dan infrastruktur teknis. Penelitian dalam konteks niat penggunaan teknologi finansial menemukan bahwa fasilitas pendukung memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat penggunaan (Arif et al., 2016). Studi yang dilakukan oleh Isa et al. (2018) menyatakan bahwa fasilitas pendukung yang memadai berpengaruh positif terhadap niat penggunaan seorang individu terhadap suatu layanan atau melakukan aktivitas secara *online*.

Studi lain menyatakan bahwa fasilitas pendukung mempengaruhi niat penggunaan bersamaan dengan inovasi teknologi informasi yang mempengaruhi niat penggunaan individu (Chao, 2019; Palau-Saumell et al., 2019). Ketersediaan perangkat teknologi akan menstimulus niat penggunaan individu dalam terhadap teknologi finansial (Widodo et al., 2019). Hasil penelitian tersebut sejalan dengan Jadil et al. (2021) yang menyatakan bahwa ketersediaan infrastruktur memiliki dampak terhadap niat individu untuk menggunakan suatu teknologi. Melihat beberapa penelitian yang menunjukkan adanya hubungan antara fasilitas pendukung dengan niat penggunaan, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H4: Fasilitas pendukung berpengaruh terhadap niat penggunaan

2.4.5 Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Penggunaan

Kepercayaan merupakan faktor penting dalam menjelaskan niat individu terhadap adopsi teknologi baru (Bajunaied et al., 2023). Kepercayaan dalam konteks teknologi baru adalah keyakinan bahwa teknologi tersebut akan memenuhi kewaibannya terhadap kebutuhan pengguna dengan baik. Kepercayaan selalu menjadi faktor utama dalam penelitian mengenai adopsi teknologi informasi, peran kepercayaan begitu tinggi karena kepercayaan mempengaruhi sikap individu untuk mengadopsi teknologi informasi (Hu et al., 2019). Studi lain mengungkapkan bahwa kepercayaan berdampak positif yang signifikan pada niat penggunaan (Liu & Yang, 2018). Kepercayaan pada adopsi teknologi finansial berbasis seluler secara tersirat mengindikasikan keyakinan individu bahwa teknologi tersebut dapat digunakan dengan mudah dan praktis (Beldad dan Hegner, 2018).

Kepercayaan sangat penting untuk perkembangan teknologi informasi, kepercayaan dapat mengurangi risiko ketidakpastian (Tiwari & Tiwari, 2020).

Penelitian oleh Kumar et al. (2017) menunjukkan bahwa kecenderungan kepercayaan berpengaruh signifikan dengan niat penggunaan. Maka dari itu, membangun kepercayaan kepada pengguna diperlukan agar adopsi teknologi informasi dapat diterima individu. Melihat beberapa penelitian yang menunjukkan adanya hubungan antara kepercayaan dengan niat penggunaan, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H5: Kepercayaan berpengaruh terhadap niat penggunaan

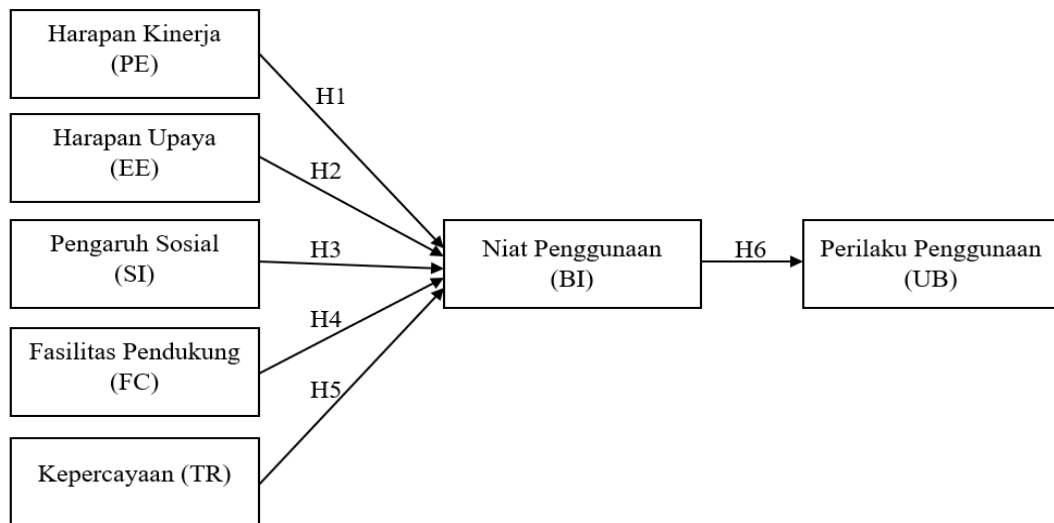
2.4.6 Pengaruh Niat Penggunaan terhadap Perilaku Penggunaan

Niat penggunaan merupakan prediktor utama dari perilaku penggunaan teknologi (Venkatesh, 2003). Individu yang memiliki niat tinggi untuk menggunakan teknologi tertentu cenderung akan mewujudkannya dalam perilaku nyata. Patil et al. (2020) menemukan bahwa niat penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan teknologi dalam konteks layanan kesehatan. Penelitian ini mendukung temuan sebelumnya bahwa niat penggunaan merupakan prediktor penting dari perilaku penggunaan teknologi. Sivathanu (2019) juga menemukan bahwa niat penggunaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan teknologi keuangan, menunjukkan bahwa niat penggunaan adalah prediktor utama dari perilaku penggunaan.

Penelitian oleh Yaseen et al. (2022) menunjukkan bahwa niat penggunaan adalah faktor yang sangat penting dalam memprediksi perilaku penggunaan teknologi informasi. Studi lainnya oleh Oliveira et al. (2016) mendukung temuan bahwa niat penggunaan secara signifikan mempengaruhi perilaku penggunaan mobile payment di kalangan konsumen muda. Temuan ini menunjukkan bahwa niat penggunaan merupakan faktor kunci dalam memprediksi adopsi dan penggunaan teknologi baru. Mengacu pada beberapa penelitian di atas yang menunjukkan adanya hubungan antara niat penggunaan dengan perilaku penggunaan, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H6: Niat penggunaan berpengaruh terhadap perilaku penggunaan

Berdasarkan pengembangan hipotesis, kerangka penelitian dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 2.2 Kerangka Penelitian

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini mengadopsi desain penelitian kausal. Menurut Malhotra (2016) penelitian kausal adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mengetahui sebab-akibat antar variabel. Malhotra (2016) menekankan kecocokan pendekatan ini untuk riset di bidang pemasaran, mengingat bahwa efek-efek dalam pemasaran seringkali timbul dari interaksi antara berbagai variabel dalam hubungan sebab-akibat. Penelitian deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel penelitian (Malhotra, 2016). Fokus penelitian ini akan pada analisis hubungan sebab-akibat dari variabel harapan kinerja, harapan upaya, pengaruh sosial, fasilitas pendukung, kepercayaan dan niat penggunaan.

Penelitian ini dirancang sebagai penelitian kuantitatif dengan tujuan untuk mengukur dan menganalisis data secara statistik. Survei dipilih sebagai metode utama dalam pengumpulan data dimana data diperoleh dari sampel representatif populasi melalui penggunaan kuesioner sebagai instrumen utama pengumpulan data primer (Malhotra, 2016). Populasi yang ditargetkan dalam penelitian ini adalah individu di Indonesia yang pernah atau berniat menggunakan aplikasi Bibit.

3.2 Sumber Data

Dalam rangka pengumpulan data untuk melengkapi penelitian, peneliti memanfaatkan beragam sumber informasi yang mencakup data, petunjuk, serta materi pendukung lainnya dengan menggunakan beberapa sumber data, yaitu:

1. Data Primer

Menurut Malhotra (2016) data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk menyelesaikan masalah penelitian. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan menggunakan skala Likert. Data dikumpulkan dengan cara mengajukan pertanyaan kepada responden secara langsung atau dengan memberikan daftar pertanyaan yang harus dijawab oleh responden dan data yang dikumpulkan dapat dihapus dan diberikan kepada subjek pertanyaan dengan informasi yang bersangkutan. Alternatif jawaban jawaban pada kuesioner dibuat dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert memiliki nilai dari 1 sampai 5. Berikut adalah penilaian skala likert yang digunakan:

Tabel 3.1 Skala Likert

Pilihan	Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

(Sumber: Sekaran dan Boogie, 2016)

2. Data Sekunder

Data setiap detik diperlukan untuk menyebarluaskan hasil penelitian yang dilakukan terhadap literatur, artikel, dan sumber lain yang berkaitan dengan masalah penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui studi literatur. Kajian dilakukan dengan mencari literatur yang berkaitan dengan topik yang sedang dibahas, seperti buku, jurnal, makalah yang telah dipublikasikan, artikel, dan dokumen lain yang berhubungan dengan teori dan fakta tentang determinan niat penggunaan aplikasi Bibit untuk investasi reksa dana.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Data merupakan elemen penting dalam penelitian yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh informasi, data, petunjuk, dan dukungan lainnya. Data primer merujuk pada data penelitian yang dikumpulkan langsung oleh peneliti untuk menyelesaikan masalah penelitian (Malhotra, 2016). Pengumpulan data primer dilakukan melalui metode survei dengan mengajukan pertanyaan kepada responden secara langsung menggunakan *platform Google Form*. Metode survei memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang didasarkan pada tanggapan langsung dari responden (Malhotra, 2016). Responden dihadapkan pada serangkaian pertanyaan yang terkait dengan topik penelitian, sehingga peneliti bisa mendapatkan wawasan dari perspektif mereka. Pendekatan survei memiliki beberapa keunggulan. Pertama, kuesioner dapat dikelola dengan mudah. Kedua, tanggapan yang diberikan dibatasi oleh opsi yang tercantum dalam kuesioner, sehingga data statistik yang dihasilkan dapat diandalkan. Terakhir, proses pengkodean, analisis dan interpretasi data relatif mudah dilakukan (Malhotra, 2016).

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sekaran dan Bougie (2016) populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau hal-hal menarik dimana peneliti akan membuat opini berdasarkan statistik sampel. Populasi adalah mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal yang menarik yang ingin peneliti selidiki, yaitu semua kelompok orang, kejadian, atau hal-hal menarik yang ingin dicari oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2009). Populasi juga disebutkan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2013). Populasi pada penelitian ini merupakan individu di Indonesia yang berniat atau pernah menggunakan aplikasi Bibit untuk investasi reksa dana.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi, terdiri dari beberapa anggota yang dipilih darinya, dengan kata lain beberapa tetapi tidak semua, elemen populasi membentuk sampel (Sekaran & Bougie, 2016). Sampel adalah sub-kelompok dari elemen populasi yang dipilih untuk berpartisipasi dalam penelitian, yaitu sub-kelompok dari unsur-unsur populasi yang dipilih untuk diikutsertakan dalam penelitian (Malhotra, 2016).

Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian kali ini ialah *non-probability sampling* berupa *purposive sampling*. Menurut Sekaran dan Bougie (2009) *non-probability sampling* merupakan metode pengambilan sampel di mana elemen dalam populasi tidak memiliki peluang yang telah diketahui sebelumnya untuk dipilih sebagai subjek sampel dalam penelitian. Selanjutnya, desain sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu desain pengambilan sampel nonprobabilitas di mana informasi yang diperlukan dikumpulkan dari target khusus atau spesifik atau kelompok orang atas dasar rasional yang artinya informasi yang diperlukan dikumpulkan dari target khusus atau spesifik atau kelompok orang atas dasar rasional. Berikut kriteria sampel pada penelitian:

1. Individu yang pernah menggunakan aplikasi investasi *online*
2. Berusia minimal 17 tahun

3. Individu yang pernah menggunakan aplikasi Bibit untuk investasi reksa dana

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan penentuan dari (Hair et al., 2014). Berdasarkan ketentuan Hair et al. (2014) besarnya sampel apabila terlalu besar akan mempersulit untuk menghasilkan model yang cocok. Oleh karena itu, disarankan ukuran sampel minimal 100 responden agar dapat digunakan estimasi interpretasi dengan *Structural Equation Model* (SEM).

Penentuan jumlah sampel akan ditentukan berdasarkan hasil perhitungan sampel minimum dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Jumlah Sampel} = (\text{Jumlah Indikator Variabel}) \times (5-10 \text{ kali})$$

Diketahui bahwa jumlah indikator pada penelitian ini ialah 28. Berdasarkan rumus perhitungan Hair et al (2014) diatas, maka jumlah sampel maksimal untuk penelitian ini adalah:

$$\text{Jumlah Sampel} = 28 \times 10 = 280$$

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 280 responden. Selanjutnya, jumlah responden akan dibagi secara proporsional berdasarkan jumlah penduduk setiap wilayah yang berada di Indonesia. Adapun wilayah Indonesia dibagi menjadi tiga bagian, yaitu:

1. Indonesia Bagian Barat terdiri dari Aceh, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Riau, Kepulauan Riau, Jambi, Sumatera Selatan, Bangka Belitung, Bengkulu, Lampung, Banten, Jambi, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, DI Yogyakarta, Jawa Timur.
2. Indonesia Bagian Tengah terdiri dari Provinsi Bali, Nusa Tenggara Barat (NTB), dan Nusa Tenggara Timur (NTT), Kalimantan Utara, Kalimantan Timur, Kalimantan Selatan, Gorontalo, Sulawesi Selatan, Sulawesi Utara, Sulawesi Tenggara, Sulawesi Tengah, Sulawesi Barat.
3. Indonesia Bagian Timur terdiri dari Provinsi Maluku Utara, Maluku, Papua Barat, Papua.

Berikut ini tabel 3.2 perhitungan proporsi pengambilan sampel di setiap wilayah Indonesia berdasarkan jumlah SID S-INVEST oleh Otoritas Jasa Keuangan (2023) dalam laporan statistik bulanan Mei 2023.

Tabel 3.2 Perhitungan Proporsi Pengambilan Sampel

Wilayah	Jumlah Penduduk	Perhitungan	Total Sampel
Indonesia Bagian Barat	9.064.042	$\frac{9.064.042}{10.283.293} \times 280$	247
Indonesia Bagian Tengah	1.114.388	$\frac{1.114.388}{10.283.293} \times 280$	30
Indonesia Bagian Timur	104.863	$\frac{104.863}{10.283.293} \times 280$	3
Total Penduduk	10.283.293		280

(Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2023)

Berdasarkan tabel 3.2 perhitungan proporsi sampel dapat diambil kesimpulan bahwa jumlah masing-masing total sampel dari setiap wilayah di Indonesia dapat mewakili populasi dalam penelitian, antara lain; Indonesia Bagian Barat sebanyak 247 sampel, Indonesia Bagian Tengah sebanyak 30 sampel, dan Indonesia Bagian Timur sebanyak 3 sampel. Kemudian sampel tersebut akan diambil secara acak dari masing-masing pembagian wilayah Indonesia. Pemilihan sampel ini dilakukan agar sampel memenuhi karakteristik masyarakat Indonesia di setiap wilayah dan dapat mewakili populasi keseluruhan dari penelitian ini.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini terdiri dari 6 variabel yang di definisikan sebagai berikut:

1. Harapan Kinerja (*performance expectancy*): Tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerjanya dalam melakukan tugas-tugas tertentu (Venkatesh et al., 2003).
2. Harapan Upaya (*effort expectancy*): Kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh individu terkait dengan penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2003).
3. Pengaruh Sosial (*social influence*): Sejauh mana seseorang menganggap orang terdekatnya atau orang disekitarnya memberikan pengaruh untuk menggunakan teknologi tertentu (Venkatesh et al., 2003).
4. Fasilitas Pendukung (*facilitating conditions*): Sejauh mana seseorang percaya bahwa sumber daya dan dukungan organisasi serta infrastruktur teknis tersedia untuk mendukung penggunaan sistem (Venkatesh et al., 2003)
5. Kepercayaan (*trust*): Kepercayaan didefinisikan sebagai keyakinan bahwa penyedia layanan akan melakukan beberapa aktivitas sesuai dengan harapan dan ekspektasi pelanggan (Gefen & Straub, 2004).

6. Niat Penggunaan (*behavioral intention*): Ukuran kekuatan niat individu untuk melakukan perilaku tertentu (Fishbein Ajzen, 1975).
7. Perilaku Penggunaan (*use behavior*): Tindakan nyata penggunaan teknologi oleh individu (Venkatesh et al., 2003).

Berikut adalah tabel operasional dalam penelitian ini:

Tabel 3.3 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Sumber	Skala
Harapan Kinerja	Aplikasi investasi <i>online</i> meningkatkan kinerja dalam mengelola investasi reksa dana.	Di adaptasi dari (Nair et al., 2022)	Likert (1-5)
	Berinvestasi melalui aplikasi investasi <i>online</i> meningkatkan efisiensi.		
	Aplikasi investasi <i>online</i> adalah metode yang paling nyaman untuk investasi reksa dana.		
	Berinvestasi melalui aplikasi investasi <i>online</i> mencapai keuntungan lebih cepat.		
	Aplikasi investasi <i>online</i> lebih berguna dalam investasi reksa dana saat ini.		
Harapan Upaya	Aplikasi investasi <i>online</i> untuk investasi reksa dana mudah dipahami.	Di adaptasi dari (Nair et al., 2022)	Likert (1-5)
	Aplikasi investasi <i>online</i> untuk investasi reksa dana lebih nyaman bagi pengguna.		
	Mudah mempelajari fungsi aplikasi investasi <i>online</i> untuk investasi reksa dana.		
	Aplikasi investasi <i>online</i> untuk investasi reksa dana sesuai dengan kebutuhan dan preferensi.		
Pengaruh Sosial	Individu di sekitar memengaruhi penggunaan aplikasi investasi <i>online</i> untuk investasi reksa dana	Di adaptasi dari (Nair et al., 2022)	Likert (1-5)
	Individu terdekat memengaruhi penggunaan aplikasi investasi <i>online</i> untuk investasi reksa dana		
	Mendiskusikan investasi reksa dana dengan teman sebaya.		
	Menggunakan aplikasi investasi <i>online</i> untuk investasi reksa dana dianggap lebih bergengsi.		
Fasilitas Pendukung	Memiliki sumber daya untuk investasi reksa dana melalui aplikasi investasi <i>online</i> .	Di adaptasi dari (Nair et al., 2022)	Likert (1-5)
	Memiliki pengetahuan dalam menggunakan aplikasi investasi <i>online</i> untuk investasi reksa dana		
	Investasi reksa dana melalui aplikasi investasi <i>online</i> lebih kompatibel.		
Kepercayaan	Investasi reksa dana melalui aplikasi investasi <i>online</i> dapat dipercaya.	Di adaptasi dari (Chong et al., 2021)	Likert (1-5)
	Investasi reksa dana melalui aplikasi investasi <i>online</i> bukan suatu tindakan oportunistis.		
	Transaksi reksa dana melalui aplikasi investasi <i>online</i> dapat dipercaya.		
	Layanan investasi reksa dana melalui aplikasi investasi <i>online</i> dapat dipercaya.		
Niat Penggunaan	Niat menggunakan aplikasi investasi <i>online</i> untuk investasi reksa dana.	Di adaptasi dari (Nair et al., 2022)	Likert (1-5)
	Niat untuk terlibat dalam investasi reksa dana melalui aplikasi investasi <i>online</i> di masa depan.		

Variabel	Indikator	Sumber	Skala
	Investasi reksa dana melalui aplikasi investasi <i>online</i> akan membawa perubahan signifikan dalam strategi investasi.		
	Niat untuk merekomendasikan investasi reksa dana melalui aplikasi investasi <i>online</i> kepada orang lain.		
Perilaku Penggunaan	Penggunaan aplikasi investasi <i>online</i> untuk memulai investasi reksa dana	Di adaptasi dair (Patil et al., 2020)	Likert (1-5)
	Pengelolaan portofolio investasi melalui aplikasi investasi <i>online</i>		
	Transaksi investasi reksa dana menggunakan aplikasi investasi <i>online</i>		
	Pendaftaran sebagai pengguna aplikasi investasi <i>online</i> untuk investasi reksa dana		

(Sumber: Chong et al., 2021; Nair et al., 2022; Patil et al., 2020)

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Penelitian ini akan menganalisis data dengan menggunakan statistik deskriptif. Menurut Cooper & Schindler (2014) menyatakan bahwa statistik deskriptif didefinisikan sebagai pengolahan data dengan tujuan mendeskripsikan atau memberikan gambaran tentang subjek yang diteliti. Hasil analisis deskriptif berusaha untuk menjawab pertanyaan tentang siapa, apa, kapan, di mana, dan terkadang bagaimana. Analisis deskriptif digunakan sebagai langkah pertama menuju pemahaman data yang dikumpulkan (Cooper & Schindler, 2014). Analisis deskriptif menggunakan mean, median dan modus dalam statistik deskriptif untuk menganalisis hasil dari semua responden yang dikumpulkan. Selain itu, analisis deskriptif juga dapat menggunakan deviasi standar, varian, nilai maksimum, nilai minimum, total, range dan kemencengan distribusi untuk memberikan gambaran atau penjelasan tentang ukuran penyebaran data (Sugiono, 2013). Selanjutnya data diolah menggunakan distribusi frekuensi.

3.6.2 Analisis SEM (*Structural Equation Model*)

Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan perangkat lunak *Linear Structural Relation* (LISREL) versi 8.80. SEM merupakan model statistik yang dirancang untuk mengeksplorasi dan menguji hubungan antar variabel. SEM akan menganalisis struktur interkoneksi yang dinyatakan dalam sekumpulan persamaan yang menyerupai persamaan regresi berganda. Seluruh

hubungan antar konstruk (variabel terikat dan bebas) dalam penelitian ditunjukkan dalam analisis (Hair, 2014).

Pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan dengan memanfaatkan LISREL, bertujuan untuk mengidentifikasi keterkaitan antar variabel yang ada. Pendekatan ini memanfaatkan dataset mentah yang terkonsolidasi dalam satu file. Berbeda dengan metode multivariat lainnya, SEM menawarkan keunikan dalam mendefinisikan dan mengelola hubungan yang distingtif antar kategori variabel dependen. SEM memperkirakan sejumlah persamaan regresi berganda yang berbeda namun terkait secara bersamaan dengan menunjukkan model struktural yang akan digunakan oleh program statistik.

3.6.2.1 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model berfungsi untuk mengevaluasi model struktural dan dinamis. *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) akan digunakan untuk menganalisis model pengukuran yang menggambarkan hubungan antara variabel dependen dengan indikator. Setelah suatu model dipastikan reliabel dan valid, maka dilakukan evaluasi model dengan menggunakan model struktural, yang akan menghasilkan hasil *Goodness of Fit Index* (GOFI), nilai-t, dan nilai parameter. Hasil analisis SEM akan dibandingkan dengan hasil T-tabel dengan selang kepercayaan 95%; apabila nilai-t lebih besar dari T-tabel maka kemungkinan terjadi perbedaan yang signifikan. Parameter nilai dapat mengidentifikasi pengaruh atau nilai suatu variabel tertentu.

Analisis faktor konfirmatori dimulai dengan menentukan variabel laten yang ingin diuji. Hal ini didasarkan pada teori yang masuk atau informasi sebelumnya. Untuk mengukur variabel laten ini, maka dibuatlah variabel yang dapat diobservasi. Uji *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) akan digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas variabel.

3.6.2.1.1 Uji Validitas

Uji validitas penting untuk mengetahui apakah indikator yang digunakan untuk menjawab pertanyaan dapat menggambarkan suatu variabel laten secara akurat. Uji validitas menggunakan nilai t dari standardized factor loading variabel yang dianalisis dengan nilai $>1,96$. Jika nilai dari standardized factor loading berada pada nilai $\pm 0,3$ maka nilai tersebut telah memenuhi nilai minimal. Sedangkan jika nilai lebih dari 0,5 maka nilai faktor dianggap signifikan (Hair, 2014). Nilai faktor

loading yang semakin besar menunjukkan semakin baik faktor dalam menginterpretasikan konstruk penelitian.

3.6.2.1.2 Uji Reabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk meningkatkan konsistensi dan akurasi model. Ketika variabel memiliki reliabilitas tinggi maka nilai ini dapat meyakinkan peneliti bahwa indikator konsisten dalam pengukuran. Construct Reliability (CR) dan Variance Extracted (VE) dihitung dari Standardized Factor Loading digunakan untuk menguji reliabilitas dari variabel.

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{Standard Loading})^2}{(\sum \text{Standard Loading})^2 + \sum \hat{\epsilon}_j}$$

$$\text{Variance Extract} = \frac{(\sum \text{Standard Loading}^2)}{(\sum \text{Standard Loading}^2) + \sum \hat{\epsilon}_j}$$

Nilai dari *standard loading* diperoleh dari *standardized loading* melalui hasil perhitungan pada program LISREL 8.80. Sedangkan $\sum \hat{\epsilon}_j$ merupakan *measurement error* dari setiap indikator yang didapatkan melalui $1 - (\text{standard loading})^2$. Nilai dari koefisien *construct reliability* pada uji reliabilitas memiliki nilai minimum yaitu $\geq 0,7$ jika nilai reliabilitas berada pada 0,6-0,7 maka nilai tersebut masih bisa diterima namun harus memiliki validitas indikator dengan model yang baik (Hair et al., 2019). Sedangkan koefisien *variance extracted* memiliki nilai $\geq 0,5$ yang merupakan reliabilitas baik. Setelah melakukan uji validitas dan reliabilitas, peneliti perlu melakukan uji *Goodness of Fit Model* atau *Overall Fit Model* untuk mengevaluasi secara keseluruhan model pada penelitian.

3.6.2.2 Uji Kecocokan (*goodness of Fit Model*)

Uji kecocokan atau *goodness of fit* model digunakan untuk mengevaluasi apakah model penelitian sesuai dengan data yang diamati. Kecocokan model dapat memberikan informasi mengenai seberapa baik model dapat menjelaskan data dalam penelitian (Hair et al., 2019). Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk melakukan uji kecocokan model (*goodness of fit model*) yaitu chi-square test, R- square, dan *likelihood ratio test*.

Tabel 3.4 Pengukuran *Goodness of Fit Model*

Ukuran GOF	Kecocokan yang Bisa Diterima
<i>Absolute-fit Measures</i>	

Ukuran GOF	Kecocokan yang Bisa Diterima
<i>Root Mean Square (RMR)</i>	Nilai ≤ 0.05 atau ≤ 0.01 merupakan <i>good-fit</i>
<i>Goodness of Fit Index (GFI)</i>	GFI $\geq 0,90$ merupakan <i>good-fit</i> sedangkan GFI $< 0,90$ adalah <i>marginal fit</i>
<i>Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)</i>	RMSEA $< 0,08$ adalah <i>good-fit</i> sedangkan RMSEA $< 0,05$ adalah <i>close-fit</i>
<i>Incremental Fit Measures</i>	
<i>Normed Fit Index (NFI)</i>	Nilai antara 0-1, nilai lebih tinggi lebih baik. NFI $\geq 0,90$ adalah <i>good-fit</i> sedangkan $0,80 < \text{NFI} < 0,90$ adalah <i>marginal fit</i>
<i>Non-Normed Fit Index (NNFI)</i>	Nilai antara 0-1, nilai lebih tinggi lebih baik. NNFI $\geq 0,90$ adalah <i>good-fit</i> sedangkan $0,80 < \text{NNFI} < 0,90$ adalah <i>marginal fit</i>
<i>Comparative Fit Index (CFI)</i>	Nilai antara 0-1, nilai lebih tinggi lebih baik. CFI $\geq 0,90$ adalah <i>good-fit</i> sedangkan $0,80 < \text{CFI} < 0,90$ adalah <i>marginal fit</i>
<i>Incremental Fit Index (IFI)</i>	Nilai antara -0-1, nilai lebih tinggi lebih baik. IFI $\geq 0,90$ adalah <i>good-fit</i> sedangkan $0,80 < \text{IFI} < 0,90$ adalah <i>marginal fit</i>
<i>Relative Fit Index (RFI)</i>	Nilai antara -0-1, nilai lebih tinggi lebih baik. RFI $\geq 0,90$ adalah <i>good-fit</i> sedangkan $0,80 < \text{RFI} < 0,90$ adalah <i>marginal fit</i>
<i>Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)</i>	Nilai antara -0-1, nilai lebih tinggi lebih baik. AGFI $\geq 0,90$ adalah <i>good-fit</i> sedangkan $0,80 < \text{AGFI} < 0,90$ adalah <i>marginal fit</i>

(Sumber: Hair, 2014)

3.7 Pengujian Hipotesis

Penelitian ini menggunakan *structural equations model* (SEM) dengan program LISREL versi 8.80 untuk melakukan pengujian hipotesis. SEM adalah pendekatan multivariat yang menggunakan variabel pengukuran dan model struktural. Setiap rangkaian indikator untuk suatu konstruk dalam model pengukuran berfungsi secara kolektif untuk mendefinisikan konstruk tersebut. Dalam model struktural, terdapat ketergantungan dan korelasi antar konstruk yang berbeda. Ketika seorang peneliti memiliki berbagai konstruk, yang masing-masing diwakili oleh sejumlah variabel terukur, dan konstruk tersebut dapat dipisahkan menurut apakah konstruk tersebut endogen atau eksogen, maka SEM adalah yang paling tepat. (Hair, 2014).

Terdapat beberapa tahapan dalam analisis SEM yaitu spesifikasi model, estimasi model, evaluasi model dan modifikasi model. Penelitian ini akan memperhatikan pembentukan dan pengembangan dari model penelitian untuk

menguji hipotesis pada penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode *maximum likelihood* (ML) karena memungkinkan untuk menghasilkan parameter yang baik (*unbiased*) ketika data yang digunakan memenuhi *multivariate normality*.

Setelah model menunjukkan valid dan reliabel, maka menghasilkan uji *Goodness of Fit Index* (GOFI) dan *nilai t*. Ketika nilai *t* lebih besar dari T-table (1,96) maka hipotesis didukung. Apabila hasil *Goodness of Fit Index* dari sebuah model tidak fit, maka perlu melakukan modifikasi model agar mendapatkan model yang cocok dengan penelitian (Hair et al., 2014).

3.7.1 Uji R-square (R^2)

Nilai R-square dapat digunakan untuk memahami perbedaan paling signifikan antar variabel eksogen dan endogen. Nilai R^2 berjarak antara 0 dan 1. Semakin besar R^2 maka semakin besar signifikansi kerentanan variabel eksogen terhadap perubahan dan peningkatan. Jika R^2 sama dengan 1 maka variabel eksogen berperilaku konsisten terhadap variabel endogen. Namun jika R^2 memiliki nilai sama dengan 0 maka variabel eksogen berperilaku tidak konsisten terhadap variabel endogen. Terdapat tiga kategori untuk klasifikasi R^2 yaitu kategori kuat (0,75) sedang (0.50), dan lemah (0.25) (Hair, 2014).

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi niat dan perilaku penggunaan aplikasi Bibit untuk investasi reksa dana. Berdasarkan hasil analisis data dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa niat penggunaan aplikasi Bibit dipengaruhi secara signifikan ditentukan oleh harapan kinerja, harapan upaya, pengaruh sosial, fasilitas pendukung dan kepercayaan. Dari faktor-faktor tersebut, harapan upaya adalah faktor prediktor utama dengan pengaruh terbesar terhadap niat penggunaan. Hasil tanggapan responden menunjukkan bahwa mayoritas responden menganggap kemudahan penggunaan aplikasi Bibit untuk investasi reksa dana sebagai faktor penting.
2. Hasil penelitian juga menunjukkan niat penggunaan secara signifikan menentukan perilaku penggunaan aplikasi Bibit. Hasil tanggapan responden menunjukkan bahwa mayoritas responden telah menggunakan aplikasi Bibit untuk berbagai aktivitas investasi reksa dana. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi pengembang aplikasi dan pemasar untuk meningkatkan adopsi dan penggunaan aplikasi investasi reksa dana di pasar Indonesia.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan, dan kesimpulan dari penelitian terdapat saran yang dapat berkontribusi dalam perilaku niat dan pengguna untuk mengadopsi atau menggunakan aplikasi Bibit, sehingga dapat meningkatkan niat dan pengguna untuk menggunakan aplikasi Bibit.

1. Pengembangan multi-platform sangat penting untuk memastikan aplikasi berjalan lancar di berbagai perangkat dan sistem operasi. Bibit juga perlu membangun ekosistem pendukung, termasuk modul edukasi dan alat simulasi yang dapat membantu pengguna pemula dan profesional dalam investasi reksa dana.
2. Bibit harus fokus pada personalisasi layanan dengan rekomendasi investasi berbasis profil risiko dan tujuan keuangan pengguna. Selain itu, optimasi

UI/UX diperlukan untuk mempermudah navigasi dengan antarmuka yang lebih intuitif dan panduan interaktif bagi pengguna baru. Teknologi seperti chatbot dapat mendukung pengalaman pengguna yang lebih baik.

3. Fokus pada peningkatan keamanan dengan autentikasi biometrik, 2FA, dan enkripsi *end-to-end*. Komunikasi proaktif tentang langkah-langkah keamanan yang diambil akan meningkatkan transparansi dan memperkuat kepercayaan pengguna.
4. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan persebaran jumlah penduduk Indonesia, untuk penelitian selanjutnya disarankan menggunakan sampel data pengguna aplikasi Bibit di Indonesia dengan target responden adalah generasi milenial dan generasi Z.
5. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel seperti *credibility*, *attitude*, privasi dan *security* serta menggabungkan metode kualitatif seperti wawancara mendalam atau *focus group discussions* (FGD) dengan metode kuantitatif, menggunakan pendekatan longitudinal untuk melacak perubahan perilaku pengguna dari waktu ke waktu dapat memberikan pemahaman yang lebih holistik.

DAFTAR PUSTAKA

- Affifatusholihah, L., Putri, S. I., & Hanun, D. I. (2021). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Investasi Digital. *Open Journal Systems*, 16(3). <http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>
- Afif, F. P., Handayani, P. W., & Pinem, A. A. (2018). Determinant factors of new investor intention for using online trading system. *2018 Third International Conference on Informatics and Computing (ICIC)*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/IAC.2018.8780574>
- Agarwal, R., & Karahanna, E. (2000). Time Flies When You're Having Fun: Cognitive Absorption and Beliefs about Information Technology Usage. *MIS Quarterly*, 24(4), 665. <https://doi.org/10.2307/3250951>
- Aggarwal, M., Nayak, K. M., & Bhatt, V. (2023). Examining the factors influencing fintech adoption behaviour of gen Y in India. *Cogent Economics & Finance*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23322039.2023.2197699>
- Ahdiat, A. (2023). *Jumlah Penduduk di 34 Provinsi Indonesia Tahun 2022*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/02/jumlah-penduduk-di-34-provinsi-indonesia-tahun-2022>
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Algharabat, R. (2018). Examining factors influencing Jordanian customers' intentions and adoption of internet banking: Extending UTAUT2 with risk. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40, 125–138. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.08.026>
- Al-Azawei, A., & Alowayr, A. (2020). Predicting the intention to use and hedonic motivation for mobile learning: A comparative study in two Middle Eastern countries. *Technology in Society*, 62, 101325. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101325>
- Alifya, A. D., & Indriyanti, I. S. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Behavioral Intention to Use GoRide Pada Pengguna Aplikasi Gojek di DKI Jakarta. *National Conference Business, Management and Accounting*.
- Alrawi, M. A. S., Samy, G. N., Yusoff, R. C. M., Shanmugam, B., Lakshmiathan, R., Maarop, N., & Kamaruddin, N. (2020). Examining factors that effect on the acceptance of mobile commerce in Malaysia based on revised UTAUT. *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, 20(3), 1173. <https://doi.org/10.11591/ijeecs.v20.i3.pp1173-1184>
- Al-Saedi, K., Al-Emran, M., Ramayah, T., & Abusham, E. (2020). Developing a general extended UTAUT model for M-payment adoption. *Technology in Society*, 62, 101293. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101293>
- Arfi, W. Ben, Nasr, I. Ben, Khvatova, T., & Zaied, Y. Ben. (2021). Understanding acceptance of eHealthcare by IoT natives and IoT immigrants: An integrated model of UTAUT, perceived risk, and financial cost. *Technological*

Forecasting and Social Change, 163, 120437.
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120437>

- Arif, I., Afshan, S., & Sharif, A. (2016). Resistance to Adopt Mobile Banking in a Developing Country: Evidence from Modified TAM. *Journal of Finance & Economic Research*, 1(1), 25–42. <https://doi.org/10.20547/jfer1601104>
- Ayaz, A., & Yanartaş, M. (2020). An analysis on the unified theory of acceptance and use of technology theory (UTAUT): Acceptance of electronic document management system (EDMS). *Computers in Human Behavior Reports*, 2, 100032. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2020.100032>
- Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM). (2023, January 30). *Realisasi Investasi Indonesia 2022 dan Target Besar Investasi 2023*. Media Indonesia. <https://epaper.mediaindonesia.com/detail/realisasi-investasi-indonesia-2022-dan-target-besar-investasi-2023>
- Bailey, A. A., Pentina, I., Mishra, A. S., & Ben Mimoun, M. S. (2017). Mobile payments adoption by US consumers: an extended TAM. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 45(6), 626–640. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-08-2016-0144>
- Bailey, A. A., Pentina, I., Mishra, A. S., & Ben Mimoun, M. S. (2020). Exploring factors influencing US millennial consumers' use of tap-and-go payment technology. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 30(2), 143–163. <https://doi.org/10.1080/09593969.2019.1667854>
- Bajunaied, K., Hussin, N., & Kamarudin, S. (2023). Behavioral intention to adopt FinTech services: An extension of unified theory of acceptance and use of technology. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1), 100010. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100010>
- Barbu, C. M., Florea, D. L., Dabija, D. C., & Barbu, M. C. R. (2021). Customer experience in fintech. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(5), 1415–1433. <https://doi.org/10.3390/jtaer16050080>
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2009). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (Eighth Edition). McGraw-Hill.
- Beldad, A. D., & Hegner, S. M. (2018). Expanding the Technology Acceptance Model with the Inclusion of Trust, Social Influence, and Health Valuation to Determine the Predictors of German Users' Willingness to Continue using a Fitness App: A Structural Equation Modeling Approach. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 34(9), 882–893. <https://doi.org/10.1080/10447318.2017.1403220>

- Bhatiasevi, V. (2016). An extended UTAUT model to explain the adoption of mobile banking. *Information Development*, 32(4), 799–814. <https://doi.org/10.1177/0266666915570764>
- bibit.id. (2024). *Bibit - Robo Advisor Investasi Reksadana*. <https://bibit.id/>
- Chao, C.-M. (2019). Factors Determining the Behavioral Intention to Use Mobile Learning: An Application and Extension of the UTAUT Model. *Frontiers in Psychology*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01652>
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India—An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2018-0256>
- Chong, L.-L., Ong, H.-B., & Tan, S.-H. (2021). Acceptability of mobile stock trading application: A study of young investors in Malaysia. *Technology in Society*, 64, 101497. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101497>
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Method* (12th Edition). McGraw-Hill.
- de Blanes Sebastián, M. G., Antonovica, A., & Sarmiento Guede, J. R. (2023). What are the leading factors for using Spanish peer-to-peer mobile payment platform Bizum? The applied analysis of the UTAUT2 model. *Technological Forecasting and Social Change*, 187, 122235. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122235>
- Dziawgo, T. (2021). Wealth Tech Impact on Wealth Management Sector. *EUROPEAN RESEARCH STUDIES JOURNAL*, XXIV(Issue 3B), 141–151. <https://doi.org/10.35808/ersj/2463>
- Eren, B. A. (2023). Antecedents of robo-advisor use intention in private pension investments: an emerging market country example. *Journal of Financial Services Marketing*. <https://doi.org/10.1057/s41264-023-00229-5>
- Fatimarahma, S. (2023, July 25). *Aplikasi Bibit Dipakai 4,6 Juta Investor Reksa Dana, Ini Rahasiannya*. Market.Bisnis.Com. <https://market.bisnis.com/read/20230725/92/1677787/aplikasi-bibit-dipakai-46-juta-investor-reksa-dana-ini-rahasiannya>
- Fernando, E., Angelia, V., Meiryani, & Pradipta, I. A. (2021). A Propose Model Analysis of Investor Factors on Interests and Decisions of Using Online Investment Applications. *2021 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, 240–244. <https://doi.org/10.1109/ICIMTech53080.2021.9534951>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.

- Gai, K., Qiu, M., & Sun, X. (2018). A survey on FinTech. *Journal of Network and Computer Applications*, *103*, 262–273. <https://doi.org/10.1016/j.jnca.2017.10.011>
- Gefen, D., & Straub, D. W. (2004). Consumer trust in B2C e-Commerce and the importance of social presence: experiments in e-Products and e-Services. *Omega*, *32*(6), 407–424. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2004.01.006>
- Ghalandri, K. (2012). The Effect of Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence and Facilitating Conditions on Acceptance of E-Banking Services in Iran: the Moderating Role of Age and Gender. *Middle-East Journal of Scientific Research*, *12*(6), 801–807. <https://doi.org/10.5829/idosi.mejsr.2012.12.6.2536>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed). Universitas Diponegoro.
- Goswami, A., & Dutta, S. (2017). E-Commerce Adoption by Women Entrepreneurs in India: An Application of the UTAUT Model. *Business and Economic Research*, *6*(2), 440. <https://doi.org/10.5296/ber.v6i2.10560>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th Edition). Pearson Education.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th Edition). Cengage .
- Hamdhi, A. (2023, February 22). *Masih Bisa Tumbuh Tahun Ini, Simak Prospek Investasi Reksadana*. KONTAN.CO.ID. <https://investasi.kontan.co.id/news/masih-bisa-tumbuh-tahun-ini-simak-prospek-investasi-reksadana>
- Hu, Z., Ding, S., Li, S., Chen, L., & Yang, S. (2019). Adoption Intention of Fintech Services for Bank Users: An Empirical Examination with an Extended Technology Acceptance Model. *Symmetry*, *11*(3), 340. <https://doi.org/10.3390/sym11030340>
- Isa, M. A. M., Nasrul, F., & Mohamed, S. (2018). Factors affecting consumers' acceptance towards electronic payment system: case of a government land and district office. *Jurnal Intelek*, *13*(1).
- Jadil, Y., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2021). A meta-analysis of the UTAUT model in the mobile banking literature: The moderating role of sample size and culture. *Journal of Business Research*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296321002903>
- Jahanshahi, D., Tabibi, Z., & van Wee, B. (2020). Factors influencing the acceptance and use of a bicycle sharing system: Applying an extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *Case Studies on Transport Policy*, *8*(4), 1212–1223. <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2020.08.002>

- Jeon, H. M., Sung, H. J., & Kim, H. Y. (2020). Customers' acceptance intention of self-service technology of restaurant industry: expanding UTAUT with perceived risk and innovativeness. *Service Business*, 14(4), 533–551. <https://doi.org/10.1007/s11628-020-00425-6>
- Khan, S. U., Liu, X., Khan, I. U., Liu, C., & Rasheed, M. I. (2020). Assessing the Investors' Acceptance of Electronic Stock Trading in a Developing Country. *Information Resources Management Journal*, 33(1), 59–82. <https://doi.org/10.4018/IRMJ.2020010104>
- Khechine, H., Raymond, B., & Augier, M. (2020). The adoption of a social learning system: Intrinsic value in the UTAUT model. *British Journal of Educational Technology*, 51(6), 2306–2325. <https://doi.org/10.1111/bjet.12905>
- Koenig-Lewis, N., Marquet, M., Palmer, A., & Zhao, A. L. (2015). Enjoyment and social influence: predicting mobile payment adoption. *The Service Industries Journal*, 35(10), 537–554. <https://doi.org/10.1080/02642069.2015.1043278>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management* (13th Edition). Pearson Prentice Hall.
- Kumar, V. V. R., Lall, A., & Mane, T. (2017). Extending the TAM Model: Intention of Management Students to Use Mobile Banking: Evidence from India. *Global Business Review*, 18(1), 238–249. <https://doi.org/10.1177/0972150916666991>
- Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI). (2023). *Statistik Pasar Modal Indonesia*. [https://www.ksei.co.id/files/Statistik_Publik_-_Mei_2023_v2_\(1\).pdf](https://www.ksei.co.id/files/Statistik_Publik_-_Mei_2023_v2_(1).pdf)
- Lee, S. W., Sung, H. J., & Jeon, H. M. (2019). Determinants of Continuous Intention on Food Delivery Apps: Extending UTAUT2 with Information Quality. *Sustainability*, 11(11), 3141. <https://doi.org/10.3390/su11113141>
- Lewicki, R. J., & Bunker, B. B. (1996). Developing and Maintaining Trust in Work Relationships. In *Trust in Organizations: Frontiers of Theory and Research* (pp. 114–139). SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781452243610.n7>
- Li, D., & Atkinson, L. (2020). The role of psychological ownership in consumer happiness. *Journal of Consumer Marketing*, 37(6), 629–638. <https://doi.org/10.1108/JCM-09-2019-3420>
- Liébana-Cabanillas, F., Muñoz-Leiva, F., & Sánchez-Fernández, J. (2018). A global approach to the analysis of user behavior in mobile payment systems in the new electronic environment. *Service Business*, 12(1), 25–64. <https://doi.org/10.1007/s11628-017-0336-7>
- Liu, Y., & Yang, Y. (2018). Empirical Examination of Users' Adoption of the Sharing Economy in China Using an Expanded Technology Acceptance Model. *Sustainability*, 10(4), 1262. <https://doi.org/10.3390/su10041262>

- Maita, I., Saide, S., Putri, Y. G., Megawati, M., & Munzir, M. R. (2022). Information system and behavioural intention: evaluating the user behaviour of financial information system in the developing country of Indonesia. *Technology Analysis & Strategic Management*, 34(5), 594–607. <https://doi.org/10.1080/09537325.2021.1915474>
- Malhotra, N. K., & Dash, S. (2016). *Marketing Research: An Applied Orientation*. Pearson India Education.
- Mazambani, L., & Mutambara, E. (2020). Predicting FinTech innovation adoption in South Africa: the case of cryptocurrency. *African Journal of Economic and Management Studies*, 11(1), 30–50. <https://doi.org/10.1108/AJEMS-04-2019-0152>
- Moorman, C., Deshpandé, R., & Zaltman, G. (1993). Factors Affecting Trust in Market Research Relationships. *Journal of Marketing*, 57(1), 81–101. <https://doi.org/10.1177/002224299305700106>
- Mothersbaugh, D. L., & Hawkins, D. I. (2016). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (13th edition). McGraw-Hill Education.
- Mouna, A., & Anis, J. (2017). Financial literacy in Tunisia: Its determinants and its implications on investment behavior. *Research in International Business and Finance*, 39, 568–577. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2016.09.018>
- Nainggolan, C. I., & Handayani, P. W. (2023). Factors Affecting Individuals' Behavioral Intention to Use Online Capital Market Investment Platforms in Indonesia. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 18, 001–029. <https://doi.org/10.28945/5067>
- Nair, P. S., Shiva, A., Yadav, N., & Tandon, P. (2022). Determinants of mobile apps adoption by retail investors for online trading in emerging financial markets. *Benchmarking: An International Journal*, 30(5), 1623–1648. <https://doi.org/10.1108/BIJ-01-2022-0019>
- Naranjo-Zolotov, M., Oliveira, T., & Casteleyn, S. (2019). Citizens' intention to use and recommend e-participation. *Information Technology & People*, 32(2), 364–386. <https://doi.org/10.1108/ITP-08-2017-0257>
- Narastri, M., & Kafabih, A. (2020). Financial Technology (Fintech) di Indonesia Ditinjau dari Perspektif Islam. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 2(2), 155–170. <https://doi.org/10.31538/ijse.v2i2.513>
- Nwankpa, J. K., & Merhout, J. W. (2020). Exploring the Effect of Digital Investment on IT Innovation. *Sustainability*, 12(18), 7374. <https://doi.org/10.3390/su12187374>
- Oh, S., Lehto, X. Y., & Park, J. (2009). Travelers' Intent to Use Mobile Technologies as a Function of Effort and Performance Expectancy. *Journal of Hospitality*

Marketing & Management, 18(8), 765–781.
<https://doi.org/10.1080/19368620903235795>

- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61, 404–414. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- Onaolapo, S., & Oyewole, O. (2018). Performance Expectancy, Effort Expectancy, and Facilitating Conditions as Factors Influencing Smart Phones Use for Mobile Learning by Postgraduate Students of the University of Ibadan, Nigeria. *Interdisciplinary Journal of E-Skills and Lifelong Learning*, 14, 095–115. <https://doi.org/10.28945/4085>
- Onnela, J.-P., & Reed-Tsochas, F. (2010). Spontaneous emergence of social influence in online systems. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 107(43), 18375–18380. <https://doi.org/10.1073/pnas.0914572107>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Laporan Statistik Bulanan Mei 2023*. Otoritas Jasa Keuangan. <https://ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/data-dan-statistik/statistik-pasar-modal/Pages/Statistik-Bulanan-Pasar-Modal---Mei-2023.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-Tahun-2022.aspx>
- Pahlevi, R. (2022, February 14). *Survei KIC: Bibit Jadi Aplikasi Reksa Dana Favorit di Indonesia*. Katadata Insight Center (KIC). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/14/survei-kic-bibit-jadi-aplikasi-reksa-dana-favorit-di-indonesia>
- Palau-Saumell, R., Forgas-Coll, S., Sánchez-García, J., & Robres, E. (2019). User Acceptance of Mobile Apps for Restaurants: An Expanded and Extended UTAUT-2. *Sustainability*, 11(4), 1210. <https://doi.org/10.3390/su11041210>
- Patil, P., Tamilmani, K., Rana, N. P., & Raghavan, V. (2020). Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal. *International Journal of Information Management*, 54, 102144. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102144>
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134. <https://doi.org/10.1080/10864415.2003.11044275>
- Peter, P. J., & Olson, J. C. (2010). *Consumer Behavior and Marketing Strategy* (9th ed.). McGraw-Hill.

- Play Store. (2024). *Rating dan Ulasan Aplikasi Bibit*.
<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.bibit.bibitid&hl=id&pli=1>
- Purohit, S., & Arora, R. (2021). Role of gender on Intention to adopt mobile payments among generation Z. *Transnational Marketing Journal*.
<https://www.cceol.com/search/article-detail?id=947570>
- Purwanto, H., Yandri, D., Prawira Yoga, M., & Yoga, M. P. (2022). *Perkembangan dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan di Masyarakat*.
- Rahadi, R. A., Dewi, E. K., Damayanti, S. M., Afgani, K. F., Murtaqi, I., & Rahmawati, D. (2021). Adoption Analysis of Online Mutual Fund Investment Platform for Millennials in Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 10(1).
- Raza, S. A., Shah, N., & Ali, M. (2019). Acceptance of mobile banking in Islamic banks: evidence from modified UTAUT model. *Journal of Islamic Marketing*, 10(1), 357–376. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0038>
- Saivasan, R., & Lokhande, M. (2022). Influence of risk propensity, behavioural biases and demographic factors on equity investors' risk perception. *Asian Journal of Economics and Banking*, 6(3), 373–403.
<https://doi.org/10.1108/AJEB-06-2021-0074>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1997). *Consumer Behavior*. Prentice-Hall.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2009). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* (5th Edition). John Wiley and Sons.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* (7th Edition). John Wiley & Sons .
- Senyo, P., & Osabutey, E. L. C. (2020). Unearthing antecedents to financial inclusion through FinTech innovations. *Technovation*, 98, 102155.
<https://doi.org/10.1016/j.technovation.2020.102155>
- Setiawan, W., Musmini, L. S., & Julianto, I. P. (2019). Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, dan Faktor Sosial terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Pada Bumdes di Kecamatan Kubutambahan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 10(3), 320–331.
- Singh, S., & Srivastava, R. K. (2018). Predicting the intention to use mobile banking in India. *International Journal of Bank Marketing*, 36(2), 357–378.
<https://doi.org/10.1108/IJBM-12-2016-0186>
- Sivathanu, B. (2019). Adoption of digital payment systems in the era of demonetization in India. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(1), 143–171. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-07-2017-0033>

- Siyal, A. W., Hongzhuan, C., & Gang, C. (2021). From Consumer Satisfaction to Recommendation of Mobile App-Based Services: An Overview of Mobile Taxi Booking Apps. *SAGE Open*, 11(1), 215824402110041. <https://doi.org/10.1177/21582440211004179>
- Stewart, D. W., & Pavlou, P. A. (2002). From Consumer Response to Active Consumer: Measuring the Effectiveness of Interactive Media. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 376–396. <https://doi.org/10.1177/009207002236912>
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tai, Y.-M., & Ku, Y.-C. K. (2013). Will Stock Investors Use Mobile Stock Trading? A Benefit-Risk Assessment Based on a Modified Utaut Model. *Journal of Electronic Commerce Research*, 14(1).
- Tan, E., & Leby Lau, J. (2016). Behavioural intention to adopt mobile banking among the millennial generation. *Young Consumers*, 17(1), 18–31. <https://doi.org/10.1108/YC-07-2015-00537>
- Tiwari, P., & Tiwari, S. K. (2020). Integration of Technology Acceptance Model with Perceived Risk, Perceived Trust and Perceived Cost: Customer's Adoption of M-Banking . *International Journal on Emerging Technologies*, 11(2), 447–452.
- Utomo, P., Kurniasari, F., & Purnamaningsih, P. (2021). The Effects of Performance Expectancy, Effort Expectancy, Facilitating Condition, and Habit on Behavior Intention in Using Mobile Healthcare Application. *International Journal of Community Service & Engagement*, 2(4), 183–197. <https://doi.org/10.47747/ijcse.v2i4.529>
- Venkatesh, Morris, Davis, & Davis. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- 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>
- Widodo, M., Irawan, M. I., & Ambarwati Sukmono, R. (2019). Extending UTAUT2 to Explore Digital Wallet Adoption in Indonesia. *2019 International Conference on Information and Communications Technology (ICOIACT)*, 878–883. <https://doi.org/10.1109/ICOIACT46704.2019.8938415>
- Yang, T., & Zhang, X. (2022). FinTech adoption and financial inclusion: Evidence from household consumption in China. *Journal of Banking & Finance*, 145, 106668. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2022.106668>

- Yaseen, S. G., El Qirem, I. A., & Dajani, D. (2022). Islamic mobile banking smart services adoption and use in Jordan. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, *14*(3), 349–362. <https://doi.org/10.1108/IJIF-04-2021-0065>
- Ye, J., Zheng, J., & Yi, F. (2020). A study on users' willingness to accept mobility as a service based on UTAUT model. *Technological Forecasting and Social Change*, *157*, 120066. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120066>