

Artikel Hasil Penelitian

Analisis TAM dan TPB dalam Penerimaan Aplikasi Perdagangan Saham Seluler (*Mobile*) di Kalangan Investor di Indonesia

Julian Abrar Nurfauzan^{a)}, Anjar Priyono

*Department of Management, Faculty of Business and Economics
Universitas Islam Indonesia, Sleman, Special Region of Yogyakarta
Indonesia*

^{a)}Corresponding author: 18311172@students.uii.ac.id

ABSTRACT

Penggunaan teknologi yang sangat berkaitan erat dengan masyarakat di era sekarang ini membuat aplikasi perdagangan seluler (*mobile*) tidak bisa dipisahkan begitu saja dari masyarakat Indonesia. Masyarakat Indonesia yang sering dianggap boros dan konsumtif yang membelanjakan uang mereka untuk hal hal yang tidak sebenarnya tidak perlu tetapi faktanya masyarakat juga memiliki ketertarikan dan minat terhadap investasi khususnya investasi dipasar modal. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana adopsi perdagangan saham seluler di indonesia. Dengan teknik analisis data menggunakan *structural equation modeling techniques* (SEM) menggunakan *software* SmartPLS 3 kepada 136 responden yang mengisi kuesioner melalui *google form*. Penelitian ini menggabungkan *technology acceptance model* (TAM) dan *theory of planned behavior* (TPB) serta resiko yang dirasakan, manfaat dirasakan, dan kepercayaan untuk memprediksi dan menjelaskan niat investor untuk menggunakan aplikasi perdagangan saham seluler. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan, resiko yang dirasakan, sikap, pengaruh sosial, kontrol perilaku, dan kegunaan yang dirasakan berpengaruh terhadap niat. Selanjutnya resiko yang dirasakan, manfaat yang dirasakan, kegunaan yang dirasakan dan yang dirasakan berpengaruh terhadap sikap. Selanjutnya kepercayaan berpengaruh terhadap pengaruh sosial dan kontrol perilaku. Selanjutnya kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kegunaan yang dirasakan. sedangkan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap sikap dan kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap sikap.

Kata Kunci: *technology acceptance model, theory of planned behavior, kepercayaan, resiko yang dirasakan, manfaat yang dirasakan, investor*

PENDAHULUAN

Perkembangan dan kemajuan teknologi di era sekarang ini mengalami kemajuan yang sangat cepat Itu bisa dilihat dengan salah satu bidang teknologi informasi yang banyak digunakan yaitu *smartphone* (Rahmandani, Tinus and Ibrahim, 2018). Hampir setiap orang di era modern



seperti sekarang ini baik kalangan muda maupun tua setidaknya memiliki minimal satu *smartphone* untuk menunjang aktivitas harian mereka sehingga penggunaan teknologi seluler seperti *smartphone* hampir tidak bisa dipisahkan didalam kehidupan masyarakat

Evolusi dalam teknologi seluler juga memberikan lebih banyak peluang untuk dimanfaatkan oleh bisnis dan organisasi pemerintah untuk memperkenalkan produk dan layanan mereka secara lebih efektif dan efisien (Alalwan *et al.*, 2018). Salah satu diantaranya adalah pada sektor keuangan lebih khususnya adalah sektor perdagangan saham. Penggunaan teknologi seperti *smartphone* akan memudahkan para investor maupun trader untuk bisa melakukan aktivitas perdagangan saham mereka secara lebih fleksibel. Dengan menggunakan aplikasi perdagangan saham seluler, pengguna dapat memeriksa kinerja saham mereka, mengeksekusi pesanan, menganalisis informasi perusahaan, dan melakukan analisis teknis dengan mudah menggunakan *smartphone* mereka. Investor ataupun pedagang saham juga akan lebih mudah menanggapi pasar secara tepat dan cepat dengan berdagang online melalui aplikasi seluler (Chong, Ong and Tan, 2021).

Pasar modal merupakan bagian dari pasar finansial, yang terkait dengan *supply* dan *demand* akan kebutuhan dana dalam jangka panjang. Pasar modal dibentuk dan dikembangkan dengan tujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan, dan stabilitas ekonomi nasional kearah peningkatan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh (Tarigan, 2013). Di Indonesia itu sendiri pasar modal telah hadir jauh sebelum Indonesia meraih kemerdekaan. Pasar modal di Indonesia sudah hadir sejak zaman penjajahan Belanda pada sekitar tahun 1912 lebih tepatnya pasar modal didirikan pada tanggal 14 Desember 1912 di Batavia atau sekarang dikenal dengan nama Jakarta. Pada zaman itu pasar modal didirikan untuk kepentingan pemerintahan Belanda untuk jual beli saham serta obligasi perusahaan atau perkebunan milik Belanda yang beroperasi di Indonesia (Susilo, 2009).

Dalam dunia investasi seperti pasar modal di Indonesia dan dengan perkembangan teknologi yang semakin maju membuat peran teknologi seperti *smartphone* menjadi dekat salah satunya adalah penggunaan aplikasi perdagangan saham seluler (*mobile*). Penggunaan teknologi yang sangat berkaitan erat dengan masyarakat di era sekarang ini membuat aplikasi perdagangan seluler (*mobile*) tidak bisa dipisahkan begitu saja dari masyarakat Indonesia. Masyarakat Indonesia yang sering dianggap boros dan konsumtif yang membelanjakan uang mereka untuk hal-hal yang sebenarnya tidak perlu tetapi faktanya masyarakat juga memiliki ketertarikan dan minat terhadap investasi khususnya investasi di pasar modal (Onasie and Widoatmodjo, 2020). Ditambah banyak perusahaan-perusahaan sekuritas di Indonesia yang meluncurkan aplikasi perdagangan saham untuk *smartphone* sebagai salah satu opsi untuk melakukan perdagangan saham sehingga memudahkan masyarakat di Indonesia untuk mempelajari dan beradaptasi dengan aplikasi tersebut karena tanpa disadari teknologi memang dekat dengan masyarakat. Berdasarkan data yang diperoleh dari Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) jumlah investor pasar modal dari tahun 2019 hingga 2020 meningkat sebanyak 56.21% yang awalnya hanya 2.484.354 menjadi 3.880.753 investor pasar modal sedangkan pada tahun 2020 hingga 2021 meningkat sebesar 92.99% dari 3.880.753 menjadi 7.489.337 investor pasar modal dengan demografi investor individu didominasi dengan investor laki laki sebanyak 62.61% sisanya sebesar 37.39% perempuan dan dari data tersebut 60.02% didominasi dengan rentang usia dibawah 30 tahun kemudian disusul oleh umur 31 hingga 40 sebesar 21,89 persen kemudian umur 41 hingga 50 sebesar 10.45% kemudian 51 hingga 60 sebesar 5.16% dan yang terakhir diatas 60 sebesar 2.91% (PT Kustodian Sentral Efek Indonesia, 2021). Dari data tersebut dapat dilihat terjadi peningkatan yang signifikan

terhadap investor pasar modal di Indonesia yang menunjukkan minat masyarakat terhadap investasi khususnya pasar modal sangat tinggi. Namun, masih sedikit penelitian-penelitian yang mempelajari dan meneliti tentang tingkat penerimaan aplikasi perdagangan saham di Indonesia. Oleh sebab itu penelitian ini akan berfokus pada sejauh mana adopsi perdagangan seluler (*mobile*) di kalangan investor di Indonesia yang melakukan transaksi saham.

Banyak studi dan penelitian yang dilakukan pada masa lalu menggunakan *technology acceptance model* (TAM) atau *theory of planned behavior* (TPB) sebagai model utama yang mempengaruhi tingkat penerimaan sebuah teknologi. Walaupun masih sedikit literatur yang membahas dan mempelajari tentang adopsi teknologi seluler khususnya untuk perdagangan saham seluler di Indonesia. Dalam penelitian ini menggabungkan TAM yang merupakan kerangka yang sering digunakan dalam studi adopsi teknologi ditambah dengan TPB untuk mengembangkan faktor-faktor mendasar yang menjelaskan adopsi teknologi seluler untuk investasi saham di kalangan investor di Indonesia. Penelitian ini juga memberikan tiga variabel tambahan yaitu: kepercayaan (*trust*), resiko yang dirasakan (*perceived risk*), dan juga manfaat yang dirasakan (*perceived benefits*) sebagai variabel tambahan yang mempengaruhi sikap dan niat seseorang dalam mengadopsi sebuah teknologi. Karena itu penelitian ini akan mengembangkan kerangka kerja yang komprehensif untuk menyelidiki adopsi teknologi perdagangan saham seluler (*mobile*) di kalangan investor di Indonesia.

KAJIAN LITERATUR DAN HIPOTESIS

Technology Acceptance Model (TAM)

TAM itu sendiri menurut Davis, Bagozzi and Warshaw (1989) TAM merupakan adaptasi dari TRA (*theory of reasoned action*) yang digunakan untuk memperkirakan tingkat penerimaan seseorang atau pengguna terhadap sebuah teknologi. Tujuan dari *technology acceptance model* (TAM) adalah untuk memberikan informasi tentang faktor penentu dalam penerimaan sebuah teknologi yang bersifat umum dan bisa menjelaskan perilaku pengguna di berbagai teknologi pengguna akhir. Sedangkan tujuan utama dari TAM itu sendiri adalah memberikan landasan untuk mengetahui dampak dari faktor eksternal yaitu manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) dan kemudahan yang dirasakan (*perceived ease of use*) terhadap keyakinan internal yaitu sikap (*attitude*) dan niat (*intention*). Di dalam TAM berpendapat bahwa dua keyakinan spesifik yaitu manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) dan kemudahan yang dirasakan (*perceived ease of use*) terkait dengan hubungan utama untuk perilaku penerimaan komputer/teknologi. TAM dibuat untuk mencapai tujuan dengan mengidentifikasi beberapa variabel kunci yang didapat dari penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan faktor kognitif dan afektif dari penerimaan teknologi.

Dalam model TAM, manfaat yang dirasakan atau *perceived usefulness* dapat diartikan sebagai kemungkinan subjektif calon pengguna bahwa menggunakan sebuah sistem aplikasi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Sedangkan untuk kemudahan penggunaan yang dirasakan atau *perceived ease of use* dapat didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna potensial percaya bahwa menggunakan sebuah teknologi atau sistem menjadi sederhana atau terbebas dari usaha.

Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behaviour (TPB) merupakan pengembangan dari teori tindakan beralasan (*theory of reasoned action*). Menurut Ajzen (1991) dalam teori *theory of planned behaviour* (TPB)

faktor utama dalam teori ini adalah niat (*intention*). Niat (*intention*) merupakan faktor yang memotivasi atau mendasari seseorang yang dapat mempengaruhi perilaku, semakin kuat niat seseorang terhadap suatu tindakan atau perilaku maka semakin tinggi juga kinerja seseorang tersebut.

Dalam teori *theory of planned behaviour* (TPB) sama seperti *theory of reasoned action* (TRA) akan tetapi terdapat tambahan variabel yaitu berupa kontrol perilaku yang dirasakan sebagai variabel tambahan yang mempengaruhi niat. Niat seorang individu yang akan memotivasi seseorang dalam melakukan perilaku dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu: yang pertama adalah sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) yaitu bagaimana seorang individu melakukan penilaian yang menguntungkan ataupun yang tidak menguntungkan dari sebuah perilaku, yang kedua adalah norma subjektif (*subjective norm*) yaitu bagaimana tekanan sosial yang dirasakan seorang individu untuk melakukan atau tidak melakukan sebuah perilaku, dan yang ketiga adalah kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavior control*) yaitu bagaimana persepsi seseorang mengenai kemudahan dan kesulitan yang dirasakan dalam melakukan sebuah perilaku dan diasumsikan mencerminkan pengalaman masa lalu serta halangan dan hambatan yangantisipasi. Sehingga semakin baik sikap, norma subjektif dan semakin besar kontrol perilaku yang dirasakan maka akan mempengaruhi niat seorang individu untuk melakukan sebuah perilaku yang sedang dipertimbangkan walaupun demikian tetapi ketiga faktor tersebut memberikan kontribusi yang independen terhadap niat sehingga mungkin sikap memiliki hubungan yang positif terhadap niat sedangkan norma subjektif menunjukkan hal sebaliknya (Ajzen, 1991). Sehingga di dalam penelitian ini menggunakan kerangka model *theory of planned behaviour* (TPB) untuk membantu menjelaskan niat menggunakan sikap, norma subjektif/pengaruh sosial, dan kontrol perilaku yang dirasakan.

Sudah banyak penelitian terdahulu yang menggunakan TAM dan TPB secara terpisah untuk membantu memprediksi niat perilaku untuk mengadopsi sebuah teknologi. Dalam penelitian ini TAM dan TPB digunakan untuk memprediksi niat untuk mengadopsi aplikasi perdagangan saham seluler dengan menambahkan tiga variabel tambahan yaitu: kepercayaan (*trust*), resiko yang dirasakan (*perceived risk*), dan juga manfaat yang dirasakan (*perceived benefits*) sebagai variabel tambahan yang mempengaruhi sikap dan niat seseorang dalam mengadopsi sebuah teknologi.

Kepercayaan (*Trust*)

Kepercayaan (*trust*) merupakan bagian yang sangat penting untuk mengetahui bagaimana tingkat penerimaan sebuah teknologi terhadap seorang individu. Kepercayaan secara umum menurut Gefen (2000) adalah faktor penting dalam sebuah interaksi sosial maupun ekonomi yang melibatkan ketidakpastian dan ketergantungan terlebih lagi yang menyangkut dengan keputusan penting maupun sebuah teknologi baru. Kepercayaan juga banyak digunakan dalam penelitian tentang *e-commerce* (Chiu *et al.*, 2012; Hajli *et al.*, 2017). Sehingga jelas bahwa kepercayaan merupakan salah satu elemen penting dalam *e-bisnis*, layanan *online* dan komunikasi *online* (Beldad, Jong and Steehouder, 2010). Sudah banyak penelitian yang membahas tentang kepercayaan dalam hal penjualan online sementara itu disisi lain masih sedikit atau minimnya penelitian yang meneliti tentang kepercayaan dalam konteks perdagangan saham menggunakan 2 model TAM dan TPB (Lee, 2009).

Dalam penelitian ini akan menguji bagaimana tingkat penerimaan investor saham yang menggunakan aplikasi perdagangan saham seluler yang merupakan hasil dari kemajuan sebuah teknologi di sektor keuangan. Dalam hal ini berpendapat bahwa kepercayaan memiliki dampak positif terhadap sikap, kontrol perilaku dan juga norma sosial. Terkait penelitian

terdahulu yang terkait dengan ini menurut Wu and Chen (2005) bahwa di dalam penelitian tersebut menunjukkan kepercayaan sebagai anteseden penting dari tiga penentu dalam niat untuk menggunakan yaitu sikap, kontrol perilaku yang dirasakan, dan norma subjektif. Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Kepercayaan (*trust*) berpengaruh terhadap sikap (*attitude*) terhadap perdagangan saham seluler.

H₂: Kepercayaan (*trust*) berpengaruh terhadap tingkat kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioural control*) dalam perdagangan saham seluler.

H₃: Kepercayaan (*trust*) berpengaruh terhadap pengaruh sosial (*social influence*) terhadap perdagangan saham seluler (*mobile*).

Resiko yang Dirasakan (*Perceived Risk*)

Resiko adalah sesuatu hal yang tidak diinginkan yang mungkin dapat terjadi akibat dari sebuah peristiwa tertentu. Menurut Featherman and Pavlou (2003) resiko yang dirasakan dapat diartikan sebagai potensi kerugian yang terjadi ketika seseorang mengejar hasil yang diinginkan dari sebuah penggunaan layanan elektronik dalam konteks ini adalah potensi kerugian yang akan dialami bagi seorang individu ketika menggunakan aplikasi perdagangan saham seluler. Dalam penelitian penelitian terdahulu yang relevan dengan topik ini menurut Forsythe and Shi (2003) bahwa resiko yang dirasakan dengan niat transaksi diduga memiliki hubungan yang negatif. Penelitian lain yang dilakukan oleh Wessels and Drennan (2010) menyatakan bahwa persepsi resiko memiliki pengaruh yang negatif terhadap sikap konsumen dan niat dalam penggunaan sebuah teknologi. Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₄: Risiko yang dirasakan (*perceived risk*) berpengaruh terhadap sikap (*attitude*) terhadap perdagangan saham seluler.

H₅: Risiko yang dirasakan (*perceived risk*) berpengaruh terhadap niat (*intention*) untuk mengadopsi perdagangan saham seluler.

Manfaat yang Dirasakan (*Perceived Benefits*)

Penggunaan teknologi seperti *smartphone* sudah menjadi hal yang wajar di kalangan masyarakat khususnya di Indonesia. Masyarakat Indonesia sangat mudah untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Dengan penggunaan aplikasi perdagangan seluler maka seseorang akan menerima manfaat seperti seperti pengguna dapat memeriksa kinerja saham mereka, mengeksekusi pesanan, menganalisis informasi perusahaan, dan melakukan analisis teknis dengan sangat mudah (Chong, Ong and Tan, 2021). Dalam penelitian yang relevan terkait dengan topik ini menyatakan bahwa menurut Jung, Kim and Kim (2016) dalam kesimpulannya menyatakan bahwa manfaat yang dirasakan memiliki dampak positif terhadap niat dan sikap. Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₆: Manfaat yang dirasakan (*perceived benefits*) berpengaruh terhadap sikap (*attitude*) terhadap perdagangan saham seluler.

H₇: Manfaat yang dirasakan (*perceived benefits*) berpengaruh terhadap niat (*intention*) untuk mengadopsi perdagangan saham seluler.

Kegunaan yang Dirasakan (*Perceived Usefulness*)

Kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*) dapat diartikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa sebuah teknologi tertentu dapat meningkatkan kinerja individu tersebut (Davis, 1989). Dalam konteks ini yaitu kegunaan yang dirasakan sangat berkaitan dengan aplikasi perdagangan saham seluler kegunaan layanan seluler dapat dilihat sebagai keuntungan tambahan dari penggunaan aplikasi perdagangan saham seluler. Dalam penelitian terdahulu yang relevan dengan konteks ini yaitu Pham and Ho (2015) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan berpengaruh terhadap niat penggunaan terhadap layanan keuangan seluler. selain itu juga menurut Krishanan *et al* (2016) dalam penelitiannya semakin tinggi kegunaan yang dirasakan maka semakin tinggi juga sikap pengguna terhadap sebuah teknologi. Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₈: Kegunaan yang dirasakan (perceived usefulness) berpengaruh terhadap sikap (attitude) terhadap perdagangan saham seluler.

H₉: Kegunaan yang dirasakan (perceived usefulness) berpengaruh pada niat (intention) untuk mengadopsi perdagangan saham seluler.

Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan (*Perceived Ease of Use*)

Setiap orang pasti ingin menggunakan sebuah teknologi baru sebisa mungkin tanpa usaha. Menurut Davis (1989) kemudahan penggunaan yang dirasakan dapat diartikan sebagai bagaimana seorang individu akan dimudahkan pekerjaan ketika individu tersebut menggunakan sebuah teknologi. Penelitian terdahulu yang relevan dengan konteks ini adalah Lee (2009) didalam penelitiannya kemudahan penggunaan yang dirasakan berpengaruh positif terhadap sikap terhadap adopsi sebuah teknologi. Penelitian yang sama menurut Al-Sharafi (2017) dalam penelitiannya kemudahan penggunaan yang dirasakan berpengaruh terhadap kegunaan yang dirasakan. Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁₀: Kemudahan penggunaan yang dirasakan (perceived ease of use) berpengaruh terhadap kegunaan yang dirasakan (perceived usefulness) dari perdagangan saham seluler.

H₁₁: Kemudahan penggunaan yang dirasakan (perceived ease of use) berpengaruh terhadap sikap (attitude) terhadap perdagangan saham seluler.

Sikap (*Attitude*)

Sikap menurut Ajzen *et al* (2011) dianggap sebagai tingkat kesenangan atau ketidaksukaan bagi seorang individu yang berhubungan dengan objek psikologis mereka. Menurut (Kim *et al* (2009) juga bahwa sikap seorang individu akan mempengaruhi individu tersebut untuk mengadopsi sebuah teknologi baru. Dalam penelitian terdahulu yang relevan dengan topik ini yaitu berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Gopi and Ramayah (1999) menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh yang positif terhadap niat dan juga penelitian lain yang terkait dengan topik ini yang dilakukan oleh Mu *et al* (2017) menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh yang positif terhadap niat menggunakan sebuah teknologi. Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁₂: Sikap (attitude) berpengaruh terhadap niat (intention) untuk mengadopsi perdagangan saham seluler.

Kontrol Perilaku yang Dirasakan (*Perceived Behavioural Control*)

Menurut *theory of planned behavior*, kontrol perilaku yang dirasakan di tambah dengan niat perilaku dapat digunakan langsung untuk memprediksi pencapaian perilaku. Terdapat dua alasan mengenai kontrol perilaku yang pertama dengan mempertahankan niat yang konstan, upaya yang dikeluarkan untuk membawa arah perilaku ke kesimpulan yang sukses kemungkinan akan meningkat dengan kontrol perilaku yang dirasakan. Alasan kedua untuk mengharapkan hubungan langsung antara kontrol perilaku yang dirasakan dan pencapaian perilaku adalah bahwa kontrol perilaku yang dirasakan sering dapat digunakan sebagai pengganti ukuran kontrol yang sebenarnya (Ajzen, 1991).

Dalam penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik ini mengenai kontrol perilaku yang dirasakan menurut Lee (2009) dari hasil penelitiannya menyatakan bahwa kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*) merupakan salah satu dari enam faktor penting yang dapat mempengaruhi niat pelanggan untuk melakukan perdagangan saham secara online. Menurut Hansen *et al* (2018) juga menyatakan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*) memiliki interaksi positif yang signifikan dalam memprediksi niat perilaku. Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

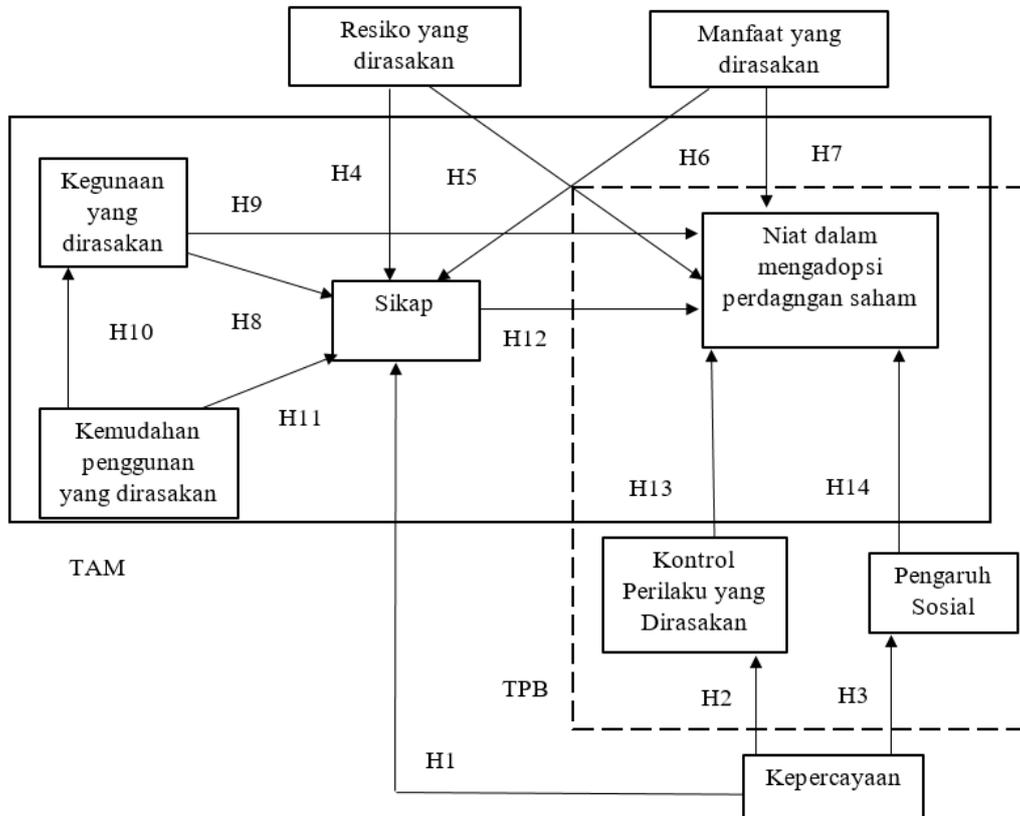
H₁₃: *Kontrol perilaku yang dirasakan (perceived behavioural control) berpengaruh terhadap niat (intention) untuk mengadopsi perdagangan saham seluler.*

Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

Pengaruh sosial dapat diartikan sebagai sebuah tekanan sosial yang dirasakan oleh seorang individu untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku (Ajzen, 1991). Pengaruh sosial sangat berkaitan erat dengan tekanan dari luar (eksternal) seperti keluarga, teman dan bahkan atasan ditempat kerja yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang yang dirasakan seseorang untuk menggunakan atau tidak menggunakan suatu sistem. Pengaruh sosial mempengaruhi perilaku seorang individu melalui pesan dan sinyal orang lain yang memfasilitasi pembentukan nilai yang dirasakan seorang individu dari sebuah sistem teknologi. Kemudian selanjutnya, pengaruh sosial mempengaruhi individu melalui pesan tentang harapan sosial dan perilaku yang diamati orang lain. Mengenai harapan sosial, norma subjektif terkait dengan persepsi seseorang bahwa referensi yang menonjol berpikir dan mengharapkan dia harus atau tidak harus melakukan perilaku tertentu. menunjukkan bahwa informasi yang diterima orang dari orang lain biasanya mempengaruhi persepsi mereka dalam menggunakan sistem teknologi (Shih-Tse Wang and Pei-Yu Chou, 2014).

Dalam penelitian terdahulu menurut Davis *et al* (1989) dalam penelitiannya pengaruh sosial tidak memiliki dampak yang signifikan dalam mempengaruhi niat perilaku dan juga menurut Merhi *et al* (2019) dalam penelitiannya menyatakan pengaruh sosial tidak memiliki dampak yang signifikan yang seharusnya pengaruh sosial dianggap bisa mempengaruhi masyarakat di Lebanon. Namun dalam penelitian yang dilakukan oleh Todd (1995) menunjukkan sebaliknya bahwa pengaruh sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat penggunaan teknologi. Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁₄: *Pengaruh sosial (social influence) berpengaruh terhadap niat (intention) mengadopsi perdagangan saham seluler.*



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Sumber: Chong (2021)

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan survei yang dirancang menjadi kuesioner yang akan diisi oleh responden secara *online* dengan 5 poin skala *likert*. Kuesioner dibagi menjadi dua bagian bagian pertama memuat latar belakang dari responden sedangkan bagian kedua memuat pertanyaan yang ada didalam kerangka penelitian. Sampel didalam penelitian ini adalah individu yang menggunakan aplikasi perdagangan saham seluler. Dari 145 kuesioner yang terkumpul sebanyak 136 kuesioner yang sesuai dan memenuhi kriteria untuk dilakukan uji dan analisis menggunakan SmartPLS 3. Kuesioner menggunakan *google form* yang dibagikan secara *online* melalui melalui berbagai media sosial.

Tabel 1. Profil Responden

Variabel Demografi	Frekuensi	Presentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki laki	82	60.3%
Perempuan	54	39.7%
Pendidikan		
SMA	38	27.9%
Diploma (D1,D2,D3,D4)	10	7.4%

Variabel Demografi	Frekuensi	Presentase (%)
Sarjana (S1)	80	58.8%
Magister (S2)	8	5.9%
Doctor (S3)	-	-
Usia Responden		
<20 tahun	13	9.6%
20-25 tahun	77	56.6%
26-30 tahun	16	11.8%
31-35 tahun	13	9.6%
36-40 tahun	7	5.1%
41-45 tahun	7	5.1%
46-50 tahun	2	1.5%
>50 tahun	1	0.7%
Penghasilan		
< Rp 2.499.000	50	36.8%
Rp 2.500.000- Rp 4.999.000	42	30.9%
Rp 5.000.000- Rp 7.499.000	14	10.3%
Rp 7.500.000- Rp 9.999.000	9	6.6%
> RP 10.000.00	21	15.4%
Aplikasi yang Digunakan		
IPOT	46	21.20
Mirae asset sekuritas	26	11.98
BNI sekuritas	20	9.22
MNC sekuritas	12	5.53
Mandiri Sekuritas	24	11.06
Ajaib	55	25.35
Stockbit	10	4.61
lainya	24	11.06

Sumber: Olah Data (2022)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas konvergen dapat dikatakan valid jika memenuhi beberapa syarat yaitu yang pertama memiliki *outer loading* atau *loading factor* harus lebih besar dari >0.70 dan memiliki nilai *average variance extranted* (AVE) yang merupakan aturan paling umum dalam menentukan validitas konvergen dengan nilai 0.50 atau lebih.

Nilai *loading factor* dan nilai *average variance extranted* (AVE) dapat dilihat pada tabel 2. Didalam uji *composite reliability* nilai yang disyaratkan untuk *composite reliability* harus lebih tinggi dari >0.70 akan tetapi didalam penelitian eksplorasi nilai sebesar 0.60 hingga 0.70 masih dapat diterima. Uji reliabilitas juga dapat dengan menggunakan *cronbach alpha* nilai minimum yang disyaratkan kurang lebih sama dengan nilai *composite reliability* yaitu diatas >0.70 (Hair *et al.*, 2017). Nilai *composite reliability* dan nilai *cornbach alpha* dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Evaluasi Model Pengukuran

Variabel	Indikator	Loading Factor	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	AVE
Sikap	BA1	0.818	0.907	0.926	0.642
	BA2	0.817			
	BA3	0.820			
	BA4	0.779			
	BA5	0.753			
	BA6	0.834			
	BA7	0.786			
Niat untuk menggunakan	BIU1	0.836	0.929	0.944	0.739
	BIU2	0.853			
	BIU3	0.875			
	BIU4	0.878			
	BIU5	0.856			
	BIU6	0.859			
Manfaat yang Dirasakan	BPB1	0.844	0.906	0.927	0.680
	BPB2	0.820			
	BPB3	0.848			
	BPB4	0.831			
	BPB5	0.787			
	BPB6	0.817			
Kontrol Perilaku	BPBC1	0.855	0.908	0.931	0.730
	BPBC2	0.877			
	BPBC3	0.862			
	BPBC4	0.861			
	BPBC5	0.816			
Risiko	BPER1	0.908	0.894	0.934	0.825
	BPER2	0.913			
	BPER3	0.903			
Kemudahan Penggunaan	BPEU1	0.812	0.868	0.904	0.654
	BPEU2	0.776			
	BPEU3	0.808			
	BPEU4	0.849			
	BPEU5	0.796			
Kegunaan Yang Dirasakan	BPU1	0.873	0.894	0.922	0.704
	BPU2	0.838			
	BPU3	0.868			
	BPU4	0.755			
	BPU5	0.856			
Pengaruh Sosial	BSI1	0.924	0.940	0.954	0.807

Variabel	Indikator	Loading Factor	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	AVE
Kepercayaan	BSI2	0.892	0.844	0.895	0.682
	BSI3	0.912			
	BSI4	0.848			
	BSI5	0.912			
	BT1	0.842			
	BT2	0.748			
	BT3	0.839			
	BT4	0.870			

Sumber: Olah Data (2022)

Dalam uji validitas diskriminan dengan kriteria *fornell-larcker*. Kriteria *fornell-larcker* nilai dari akar kuadrat dari setiap AVE konstruk harus lebih besar dari korelasi tertingginya dengan konstruk lainnya. Nilai kriteria *fornell-larcker* dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Nilai Kriteria *Fornell-Larcker*

	BA	BPU	BPEU	BT	BPBC	BIU	BSI	BPB	BPER
BA	0.801								
BPU	0.773	0.839							
BPEU	0.556	0.660	0.809						
BT	0.590	0.686	0.692	0.826					
BPBC	0.752	0.753	0.680	0.643	0.855				
BIU	0.823	0.815	0.608	0.626	0.797	0.860			
BSI	0.325	0.356	0.270	0.367	0.344	0.419	0.898		
BPB	0.795	0.764	0.577	0.654	0.714	0.804	0.387	0.825	
BPER	-0.504	-0.454	-0.389	-0.546	-0.478	-0.544	-0.160	-0.513	0.908

Sumber: Olah Data (2022)

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa semua nilai dari akar AVE tiap konstruksya memiliki nilai yang lebih besar dari pada korelasinya dengan variabel lain. Sehingga syarat untuk uji validitas diskriminan menggunakan model ini sudah terpenuhi.

Evaluasi Struktural Model (*Inner Model*)

Koefisien determinan merupakan ukuran umum yang sering digunakan untuk mengevaluasi model struktural koefisien ini adalah ukuran kekuatan prediksi model dan dihitung sebagai korelasi kuadrat antara nilai aktual dan prediksi konstruk endogen tertentu.

Pada tabel 4 dapat diketahui bahwa dapat diketahui bahwa sikap memiliki nilai koefisien determinan sebesar 0.707, dan niat untuk menggunakan memiliki nilai koefisien determinan sebesar 0.813 selanjutnya kontrol perilaku memiliki nilai koefisien determinan sebesar 0.414 dan kegunaan yang dirasakan memiliki nilai koefisien determinan sebesar 0.435. Terakhir variabel pengaruh sosial memiliki nilai koefisien determinan sebesar 0.135 Sedangkan nilai sisa dari koefisien determinan dari beberapa variabel diatas tidak ada dalam penelitian ini.

Tabel 4. Hasil Uji R Square

	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
Sikap	0.707	0.696
Kegunaan Yang Dirasakan	0.435	0.431
Kontrol Perilaku	0.414	0.409
Niat Untuk Menggunakan	0.813	0.805
Pengaruh Sosial	0.135	0.128

Sumber: Olah Data (2022)

Uji Hipotesis

Setelah dilakukan uji *inner model* dan *outer model* didalam penelitian ini kemudian langkah selanjutnya dalam penelitian ini adalah melakukan pengujian hipotesis yang ada dalam penelitian ini dengan menggunakan SmartPLS 3. Dalam pengujian hipotesis menggunakan metode *bootstrapping* untuk mencari t-statistik yang kemudian akan digunakan untuk membandingkan dengan nilai t-tabel. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% (0.05) dengan menggunakan t-table sebesar 1.98 (Hair *et al.*, 2017). Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada tabel 5 berikut ini:

Tabel 5. Pengujian Hipotesis

Hipotesis	<i>Original Sample</i>	<i>Sample mean</i>	<i>Standard Deviation</i>	<i>T Statistics</i>	<i>P Values</i>	Kesimpulan
BT > BA	-0.064	-0.048	0.124	0.517	0.606	Ditolak
BT > BPBC	0.643	0.647	0.056	11.570	0.000	Diterima
BT > BSI	0.367	0.372	0.080	4.565	0.000	Diterima
BPER > BA	-0.112	-0.109	0.053	2.129	0.034	Diterima
BPER > BIU	-0.096	-0.098	0.045	2.122	0.034	Diterima
BPB > BA	0.461	0.454	0.089	5.191	0.000	Diterima
BPB > BIU	0.177	0.179	0.085	2.085	0.038	Diterima
BPU > BA	0.394	0.395	0.090	4.359	0.000	Diterima
BPU > BIU	0.245	0.254	0.120	2.048	0.041	Diterima
BPEU > BPU	0.660	0.661	0.068	9.711	0.000	Diterima
BPEU > BA	0.030	0.023	0.087	0.343	0.732	Ditolak
BA > BIU	0.246	0.232	0.113	2.178	0.030	Diterima
BPBC > BIU	0.224	0.224	0.090	2.484	0.013	Diterima
BSI > BIU	0.091	0.086	0.046	1.998	0.046	Diterima

Sumber: Olah Data (2022)

Hipotesis pertama kepercayaan (*trust*) berpengaruh terhadap sikap (*attitude*). Hal ini menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan tidak akan mempengaruhi sikap

terhadap perdagangan saham seluler. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa didalam penelitian ini responden merasa bahwa jika kepercayaan tidak berpengaruh terhadap sikap terhadap perdagangan saham seluler. Hal ini mungkin dikarenakan kepercayaan belum menjadi perhatian utama yang digunakan dalam menarik sikap terhadap perdagangan saham seluler. Hasil didalam penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wu and Chen (2005) yang menyatakan di dalam penelitiannya bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap sikap sebagai salah satu dari tiga variabel yang mempengaruhi niat untuk menggunakan. Namun hasil dari penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Riyanti *et al* (2022) yang menyatakan bahwa bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap sikap dalam mengadopsi layanan teknologi.

Hipotesis kedua kepercayaan (*trust*) berpengaruh terhadap tingkat kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioural control*) dalam perdagangan saham seluler Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wu and Chen (2005) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kontrol perilaku yang dirasakan sebagai salah satu dari tiga variabel yang mempengaruhi niat untuk menggunakan. Sehingga menurut responden dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa semakin tinggi kepercayaan maka semakin tinggi juga kontrol perilaku yang dirasakan dalam perdagangan saham seluler. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan modal awal yang akan meningkatkan tingkat kontrol perilaku yang dirasakan terhadap perdagangan saham seluler.

Hipotesis ketiga kepercayaan (*trust*) berpengaruh terhadap pengaruh sosial (*social influence*) terhadap perdagangan saham seluler. Hal ini menunjukkan bahwa didalam penelitian ini responden merasa bahwa kepercayaan seseorang terhadap aplikasi perdagangan saham merupakan pondasi awal yang membantu meningkatkan pengaruh sosial dari keluarga, teman dekat maupun pasangan ataupun orang-orang yang penting dalam kehidupan mereka terhadap perdagangan saham seluler. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wu and Chen (2005) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap pengaruh sosial sebagai salah satu dari tiga variabel yang mempengaruhi niat untuk menggunakan.

Hipotesis keempat risiko yang dirasakan (*perceived risk*) berpengaruh terhadap sikap (*attitude*) terhadap perdagangan saham seluler. Hal ini menunjukkan bahwa didalam penelitian ini responden merasa bahwa resiko yang akan dihadapi seperti: keamanan data pribadi dan penipuan akan dapat memberikan dampak negatif terhadap individu dalam mengambil sikap terhadap perdagangan saham. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wessels and Drennan (2010) bahwa dalam penelitiannya menemukan bahwa persepsi resiko memiliki pengaruh yang negatif terhadap sikap konsumen terhadap *mobile banking*.

Hipotesis kelima risiko yang dirasakan (*perceived risk*) berpengaruh terhadap niat (*intention*) untuk mengadopsi perdagangan saham seluler. Hal ini menunjukkan bahwa didalam penelitian ini responden merasa bahwa resiko yang akan dihadapi seperti: keamanan data pribadi dan penipuan dapat menurunkan niat individu untuk mengadopsi perdagangan saham seluler. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wessels and Drennan (2010) bahwa dalam penelitiannya menemukan bahwa persepsi resiko memiliki pengaruh yang negatif terhadap niat dalam menggunakan terhadap *mobile banking*.

Hipotesis keenam manfaat yang dirasakan (*perceived benefits*) berpengaruh terhadap sikap (*attitude*) terhadap perdagangan saham seluler. Hal ini menunjukkan bahwa didalam penelitian ini responden merasa bahwa manfaat yang dirasakan seperti: meminimalkan biaya perjalanan dan waktu pencarian menjadi beberapa faktor yang dapat memberikan dampak

positif terhadap perdagangan saham seluler. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Jung, Kim and Kim (2016) yang dalam menyatakan bahwa manfaat yang dirasakan memiliki pengaruh positif terhadap sikap.

Hipotesis ketujuh manfaat yang dirasakan (*perceived benefits*) berpengaruh terhadap niat (*intention*) untuk mengadopsi perdagangan saham seluler. Hal ini menunjukkan bahwa didalam penelitian ini responden merasa bahwa manfaat yang dirasakan seperti: meminimalkan biaya perjalanan dan waktu pencarian menjadi beberapa faktor yang dapat meningkatkan niat seseorang untuk mengadopsi perdagangan saham seluler. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Jung, Kim and Kim (2016) yang dalam menyatakan bahwa manfaat yang dirasakan memiliki pengaruh positif terhadap niat.

Hipotesis kedelapan kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*) berpengaruh terhadap sikap (*attitude*) terhadap perdagangan saham seluler. Hal ini menunjukkan bahwa didalam penelitian ini responden merasa bahwa kegunaan yang dirasakan pada aplikasi perdagangan seperti: berguna untuk mencari informasi saham dan memberikan peluang investasi saham dapat memberikan dampak positif pada sikap terhadap perdagangan saham seluler. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Krishanan *et al* (2016) yang di dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kegunaan pada sikap terhadap penggunaan m-banking adalah prediktor yang signifikan sehingga semakin tinggi kegunaan yang dirasakan maka semakin tinggi juga sikap pengguna terhadap sebuah teknologi.

Hipotesis kesembilan kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*) berpengaruh pada niat (*intention*) untuk mengadopsi perdagangan saham seluler. Hal ini menunjukkan bahwa didalam penelitian ini responden merasa bahwa kegunaan yang dirasakan pada aplikasi perdagangan seperti berguna untuk mencari informasi saham dan memberikan peluang investasi saham dapat meningkatkan niat seseorang untuk mengadopsi perdagangan saham seluler. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Pham and Ho (2015) yang menyatakan bahwa manfaat yang dirasakan berpengaruh terhadap niat untuk mengadopsi atau menggunakan layanan keuangan seluler.

Hipotesis kesepuluh kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap Kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*) dari perdagangan saham seluler. Hal ini menunjukkan bahwa didalam penelitian ini responden merasa bahwa kemudahan penggunaan didalam aplikasi perdagangan saham seluler akan meningkatkan kegunaan yang dirasakan dari perdagangan saham seluler. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Al-sharafi (2017) yang di dalam penelitiannya kemudahan penggunaan yang dirasakan berpengaruh terhadap kegunaan yang dirasakan.

Hipotesis kesebelas kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*) tidak berpengaruh terhadap sikap (*attitude*) terhadap perdagangan saham seluler. Hal ini menunjukkan bahwa didalam penelitian ini responden merasa bahwa jika kemudahan penggunaan yang dirasakan yang ada di dalam perdagangan saham seluler tidak akan mempengaruhi sikap terhadap perdagangan saham seluler dan kemudahan penggunaan hanya digunakan oleh perusahaan perdagangan seluler sebagai salah satu cara agar perusahaan tidak ketinggalan dengan pesaing di era perkembangan teknologi yang sangat pesat seperti sekarang ini. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee (2009) yang didalam penelitian tersebut dikatakan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan berpengaruh positif terhadap adopsi sebuah teknologi. Namun hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Gunawan, Ali and Nugroho (2019) yang menyatakan bahwa di dalam penelitian tersebut bahwa kemudahan penggunaan yang ditawarkan tidak membuat masyarakat mengubah sikap terhadap teknologi

Hipotesis kedua belas sikap (*attitude*) berpengaruh terhadap niat (*intention*) untuk mengadopsi perdagangan saham seluler. Hal ini menunjukkan bahwa didalam penelitian ini responden merasa bahwa sikap positif seseorang terhadap perdagangan saham seluler maka akan meningkatkan niat seseorang untuk mengadopsi perdagangan saham seluler. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Gopi and Ramayah (1999) yang menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh yang positif terhadap niat perilaku untuk menggunakan perdagangan saham melalui internet.

Hipotesis ketiga belas kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioural control*) berpengaruh terhadap niat (*intention*) untuk mengadopsi perdagangan saham seluler. Hal ini menunjukkan bahwa didalam penelitian ini responden merasa bahwa jika individu tersebut dapat menggunakan dan mengendalikan teknologi maka akan meningkatkan niat individu untuk mengadopsi perdagangan saham seluler. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee (2009) pada hasil penelitiannya yang menyatakan bahwa kontrol perilaku yang dirasakan merupakan salah satu dari enam faktor penting yang dapat mempengaruhi niat untuk melakukan perdagangan saham secara online.

Hipotesis keempat belas pengaruh sosial (*social influence*) berpengaruh terhadap niat (*intention*) mengadopsi perdagangan saham seluler. Hal ini menunjukkan bahwa responden di dalam penelitian ini didalam melakukan pengambilan keputusan untuk mengadopsi perdagangan saham seluler dipengaruhi oleh pengaruh sosial yaitu orang-orang yang dekat dengan mereka seperti: keluarga, sahabat, dan pasangan mereka. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Todd (1995) menunjukkan bahwa pengaruh sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat penggunaan teknologi.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini mungkin terdapat beberapa hambatan atau keterbatasan dalam penelitian yang dapat mempengaruhi hasil dari penelitian itu sendiri sehingga adanya keterbatasan penelitian ini diharapkan dapat diperbaiki oleh peneliti selanjutnya. beberapa keterbatasan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Jumlah responden yang mengisi kuesioner dan dilanjutkan kedalam kedalam analisis di dalam penelitian ini hanya sejumlah 136 responden sehingga masih kurang untuk bisa menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
2. Di dalam penelitian ini menggunakan kuesioner untuk pengambilan data dari responden yang memungkinkan dalam mengisi kuesioner tersebut responden tidak jujur atau tidak menunjukkan kondisi yang sesungguhnya.

IMPLIKASI MANAJERIAL

Penyedia aplikasi perdagangan saham diharapkan dengan adanya penelitian ini yang menganalisis TAM dan TPB serta tiga variabel tambahan yaitu: manfaat, resiko, dan kepercayaan terhadap investor di Indonesia agar membantu mengevaluasi bagaimana tanggapan dan respon investor mengenai aplikasi perdagangan saham seluler sehingga dapat mengetahui faktor apa saja yang dapat meningkatkan niat seseorang dalam mengadopsi aplikasi perdagangan saham seluler dan menambah pengetahuan terkait aplikasi perdagangan saham seluler.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa di dalam penelitian ini :

Kepercayaan tidak berpengaruh positif terhadap sikap terhadap perdagangan saham seluler. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap tingkat kontrol perilaku yang dirasakan dalam perdagangan saham seluler. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap pengaruh sosial terhadap perdagangan saham seluler. Resiko yang dirasakan berpengaruh negatif terhadap sikap terhadap perdagangan saham seluler. Resiko yang dirasakan berpengaruh negatif terhadap niat untuk mengadopsi perdagangan saham seluler. Manfaat yang dirasakan berpengaruh positif terhadap sikap terhadap perdagangan saham seluler. Manfaat yang dirasakan berpengaruh positif terhadap niat untuk mengadopsi perdagangan saham seluler. Kegunaan yang dirasakan berpengaruh positif terhadap sikap terhadap perdagangan saham seluler. Kegunaan yang dirasakan berpengaruh positif pada niat untuk mengadopsi perdagangan saham seluler. Kemudahan penggunaan yang dirasakan berpengaruh positif terhadap kegunaan yang dirasakan dari perdagangan saham seluler. Kemudahan penggunaan yang dirasakan tidak berpengaruh terhadap sikap terhadap perdagangan saham seluler. Sikap berpengaruh positif terhadap niat untuk mengadopsi perdagangan saham seluler. Kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh positif terhadap niat untuk mengadopsi perdagangan saham seluler. Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap niat untuk mengadopsi perdagangan saham seluler.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991) 'The theory of planned behavior', *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), pp. 179–211. doi: 10.1016/0749-5978(91)90020-T.
- Ajzen, I., Fishbein, M. and Fishbein, M. (2011) 'Attitudes and the Attitude-Behavior Relation: Reasoned and Automatic Processes', *European Review of Social Psychology*, 11(1), pp. 1-33 doi: 10.1080/14792779943000116.
- Al-sharafi, M. A. (2017) 'The Effect of Perceived Ease of Use and Usefulness on Customers Intention to Use Online Banking Services: The Mediating Role of Perceived Trust', *Economics, Econometrics and Finance*, 7(1), pp. 9–14.
- Alalwan, A. A. et al. (2018) 'Examining adoption of mobile internet in Saudi Arabia: Extending TAM with perceived enjoyment, innovativeness and trust', *Technology in Society*, 55, pp. 100–110. doi: 10.1016/j.techsoc.2018.06.007.
- Beldad, A., Jong, M. De and Steehouder, M. (2010) 'Computers in Human Behavior How shall I trust the faceless and the intangible ? A literature review on the antecedents of online trust', *Computers in Human Behavior*, 26(5), pp. 857–869. doi: 10.1016/j.chb.2010.03.013.
- Chiu, C. et al. (2012) 'Re-examining the influence of trust on online repeat purchase intention: The moderating role of habit and its antecedents', *Decision Support Systems*, 53(4), pp. 835–845. doi: 10.1016/j.dss.2012.05.021.
- Chong, L., Ong, H. and Tan, S. (2021) 'Acceptability of mobile stock trading application : A study of young investors in Malaysia', *Technology in Society*, 64(September 2020), p. 101497. doi: 10.1016/j.techsoc.2020.101497.
- Davis, F., Bagozzi, R. and Warshaw, P. (1989) 'User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models', *Management Science*, 35(8), pp. 982–1003. doi: 10.1287/mnsc.35.8.982.

- Davis, F. D. (1989) 'Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology', *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), pp. 319–339. doi: 10.2307/249008.
- Featherman, M. S. and Pavlou, P. A. (2003) 'Predicting e-services adoption : a perceived risk facets perspective', *International Journal of Human-Computer Studies*, 59(4), pp. 451–474. doi: 10.1016/S1071-5819(03)00111-3.
- Forsythe, S. M. and Shi, B. (2003) 'Consumer patronage and risk perceptions in Internet shopping', *Journal of Business Research*, 56(11), pp. 867–875. doi: 10.1016/S0148-2963(01)00273-9.
- Gefen, D. (2000) 'E-commerce: The role of familiarity and trust', *Omega*, 28(6), pp. 725–737. doi: 10.1016/S0305-0483(00)00021-9.
- Gopi, M. and Ramayah, T. (1999) 'Applicability of theory of planned behavior in predicting intention to trade online Some evidence from a developing country', *International Journal of Emerging Markets*, 2(4), pp. 348-360 doi: 10.1108/17468800710824509.
- Gunawan, F., Ali, M. M. and Nugroho, A. (2019) 'Analysis of the Effects of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on Consumer Attitude and Their Impacts on Purchase Decision on PT Tokopedia In Jabodetabek', *European Journal of Business and Management Research*, 4(5), pp. 1–6.
- Hair, J. et al. (2017) *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) - Joseph F. Hair, Jr., G. Tomas M. Hult, Christian Ringle, Marko Sarstedt, Sage*.
- Hajli, N. et al. (2017) 'A social commerce investigation of the role of trust in a social networking site on purchase intentions', *Journal of Business Research*, 71, pp. 133–141. doi: 10.1016/j.jbusres.2016.10.004.
- Hansen, J. M., Saridakis, G. and Benson, V. (2018) 'Risk , Trust , and the Interaction of Perceived Ease of Use and Behavioral Control in Predicting Consumer s ' Use of Social Media for Transactions', *Computers in Human Behavior*, 80, pp. 197–206. doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.11.010>.
- Jung, N. Y., Kim, S. and Kim, S. H. (2016) 'The Effects of Consumers ' Perceived Benefits on Attitudes and Revisit Intentions in an Online Brand Community', *International Textile and Apparel Association (ITAA) Annual Conference Proceedings*, pp. 1–2.
- Kim, G., Shin, B. and Lee, H. G. (2009) 'Understanding dynamics between initial trust and usage intentions of mobile banking', *Information Systems Journal*, 19(3), pp. 283–311. doi: 10.1111/j.1365-2575.2007.00269.x.
- Krishanan, D. et al. (2016) 'Consumers' perceived interactivity and intention to use mobile banking in structural equation modeling', *International Review of Management and Marketing*, 6(4), pp. 883–890.
- Lee, M. (2009) 'Predicting and explaining the adoption of online trading : An empirical study in Taiwan', *Decision Support Systems*, 47(2), pp. 133–142. doi: 10.1016/j.dss.2009.02.003.
- Merhi, M., Hone, K. and Tarhini, A. (2019) 'A cross-cultural study of the intention to use mobile banking between Lebanese and British consumers: Extending UTAUT2 with security, privacy and trust', *Technology in Society*, 59, p. 101151. doi: 10.1016/j.techsoc.2019.101151.
- Mu, F., Climent-climent, S. and Liébana-cabanillas, F. (2017) 'Determinants of intention to use the mobile banking apps : An extension of the classic TAM model', *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 21(1), pp. 25-38. doi: 10.1016/j.sjme.2016.12.001.
- Onasie, V. and Widodoatmodjo, S. (2020) 'Niat Investasi Generasi Milenial Di Pasar Modal',

- Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(2), pp. 318–326. Available at: <https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/view/7924>.
- Pham, T. T. T. and Ho, J. C. (2015) ‘The effects of product-related, personal-related factors and attractiveness of alternatives on consumer adoption of NFC-based mobile payments’, *Technology in Society*, 43, pp. 159–172. doi: 10.1016/j.techsoc.2015.05.004.
- PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (2021) ‘Statistik Pasar Modal Indonesia Februari 2021’, *Kustodian Sentral Efek Indonesia*, pp. 1–6. Available at: https://www.ksei.co.id/files/Statistik_Publik_Januari_2021.pdf.
- Rahmandani, F., Tinus, A. and Ibrahim, M. M. (2018) ‘Analisis Dampak Penggunaan Gadget (Smartphone) Terhadap Kepribadian Dan Karakter (Kekar) Peserta Didik Di Sma Negeri 9 Malang’, *Jurnal Civic Hukum*, 3(1), p. 18. doi: 10.22219/jch.v3i1.7726.
- Riyanti, Y. E. *et al.* (2022) ‘Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Dalam Mengadopsi Layanan Fintech’, *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, [S.l.] 7(2), pp. 2710-2724.
- Shih-Tse Wang, E. and Pei-Yu Chou, N. (2014) ‘Consumer Characteristics, Social Influence, and System Factors on Online Group-Buying Repurchasing Intention’, *Journal of Electronic Commerce Research*, 15(2), pp. 119–132.
- Susilo, B. D. (2009) *Pasar Modal, Mekanisme Perdagangan Saham, Analisis Sekuritas, dan Strategi Investasi Di Bursa Efek Indonesia BEI*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN
- Tarigan, R. E. (2013) ‘Peranan Sistem Informasi dengan Online Trading terhadap Pertumbuhan Pasar Modal di Indonesia’, *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 4(2), pp. 803-811. doi: 10.21512/comtech.v4i2.2517.
- Todd, S. T. and P. A. (1995) ‘Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models’, *Information Systems Research*, 6(2), pp. 144–176. Available at: <https://www.jstor.org/stable/23011007>.
- Wessels, L. and Drennan, J. (2010) ‘An investigation of consumer acceptance of M-banking’, *International Journal of Bank Marketing*, 28(7), pp. 547–568. doi: 10.1108/02652321011085194.
- Wu, I.-L. and Chen, J.-L. (2005) ‘An extension of Trust and TAM model with TPB in the initial adoption of on-line tax : An empirical study’, *International Journal of Human-Computer Studies*, 62(6), pp. 784–808. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2005.03.003>.