

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam penggunaan Aplikasi Ajaib, dilakukan penelitian terhadap 109 responden yang pernah menggunakan Aplikasi Ajaib untuk berinvestasi saham ataupun reksa dana, disimpulkan sebagai berikut:

#### 1. Analisis *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived risk*, *trust*, dan *intention to use* pada Aplikasi Ajaib

Persepsi pengguna atas kelima variabel dari model teori TAM yang telah dimodifikasi pada Aplikasi Ajaib adalah sebagai berikut:

- *Perceived usefulness* pada Aplikasi Ajaib sudah baik Hal tersebut dilihat dari rata rata jawaban responden yang memiliki persepsi setuju bahwa Aplikasi Ajaib secara keseluruhan memberikan manfaat bagi pengguna sebagai media untuk berinvestasi seperti fitur-fitur yang ditawarkan contohnya *ajaib alert*, *news*, hingga fitur analisis teknikal maupun fundamental yang dapat mempengaruhi performa dari pengguna.
- *Perceived ease of use* pada Aplikasi Ajaib dikatakan sangat baik Hal tersebut dilihat dari rata rata jawaban responden yang menyatakan sangat setuju bahwa Aplikasi Ajaib memberikan kemudahan bagi pengguna untuk berinvestasi seperti tampilan yang sederhana serta adanya indikator analisis teknikal maupun fundamental yang memberikan kemudahan karena informasi tersebut dapat dilihat dalam 1 aplikasi saja.
- *Trust* pada Aplikasi Ajaib dikatakan sangat baik. Hal tersebut dilihat dari rata rata jawaban responden yang menyatakan sangat setuju bahwa Aplikasi Ajaib dapat dipercaya terhadap semua kegiatan yang dilakukan di dalamnya karena Ajaib sendiri telah terdaftar di OJK yang menjamin keamanan dari aplikasi tersebut dan semua transaksi tercatat dan ditampilkan secara langsung.
- *Perceived risk* pada Aplikasi Ajaib dikatakan baik Hal tersebut dilihat dari rata rata jawaban responden yang menyatakan setuju bahwa Aplikasi Ajaib

tidak memberikan risiko berarti bagi para penggunanya. Pengguna tidak perlu membuang waktu untuk berinvestasi karena proses transaksi yang cepat serta Aplikasi Ajaib memberikan keamanan privasi data.

- *Intention to use* pada Aplikasi Ajaib dikatakan sangat baik. Hal tersebut dilihat dari rata-rata jawaban responden yang menyatakan sangat setuju bahwa mereka akan menggunakan Aplikasi Ajaib sebagai media berinvestasi saat ini ataupun untuk masa yang akan datang, dan bersedia untuk merekomendasikan Aplikasi Ajaib kepada orang lain.

## **2. Pengaruh *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness***

Bagi responden, variabel *perceived ease of use* berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel *perceived usefulness*. Berdasarkan hasil analisis, pengguna menggunakan Aplikasi Ajaib karena aplikasi tersebut memberikan fitur-fitur yang mudah untuk digunakan dan dipelajari sehingga dapat menimbulkan persepsi positif terhadap manfaat yang didapatkan oleh pengguna. Sehingga hal tersebut menyatakan bahwa semakin tinggi persepsi akan kemudahan penggunaan Aplikasi Ajaib untuk berinvestasi, maka semakin bermanfaat aplikasi tersebut.

## **3. Pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use***

Bagi responden, variabel *perceived usefulness* berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel *intention to use*. Berdasarkan hasil analisis, pengguna menggunakan Aplikasi Ajaib karena dengan adanya informasi dan fitur-fitur yang memberikan manfaat seperti *ajaib alert*, kalender saham, hingga *tweet* dari komunitas yang memberikan manfaat bagi para pengguna yang dapat menimbulkan persepsi positif terhadap niat seseorang dalam menggunakan Aplikasi Ajaib. Sehingga semakin besar persepsi manfaat, maka semakin seseorang menggunakan aplikasi tersebut.

## **4. Pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use***

Bagi responden, variabel *perceived ease of use* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *intention to use*. Berdasarkan hasil analisis, Aplikasi

Ajaib memberikan fitur-fitur yang memudahkan pengguna seperti *watchlist*, *auto order*, dan fitur lainnya, namun fitur-fitur tersebut masih belum bisa memberikan pengaruh yang signifikan pada niat pengguna dalam menggunakan Aplikasi Ajaib.

#### **5. Pengaruh trust terhadap perceived risk**

Bagi responden, variabel *trust* berpengaruh negatif secara signifikan terhadap *perceived risk*. Berdasarkan hasil analisis, pengguna percaya akan Aplikasi Ajaib sehingga pengguna dapat menerima risiko yang ada karena adanya perlindungan dari OJK maupun *term and condition* yang diberikan oleh Aplikasi Ajaib. Sehingga semakin tinggi tingkat kepercayaan seseorang terhadap aplikasi, maka risiko yang akan ditimbulkan akan semakin mudah untuk diterima.

#### **6. Pengaruh perceived risk terhadap perceived usefulness**

Bagi responden, variabel *perceived risk* berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap *perceived usefulness*. Berdasarkan hasil analisis, Aplikasi Ajaib meminimalisir risiko seperti perlindungan dengan password dan history transaksi yang transparan. Namun dengan meminimalisir risiko tersebut, masih belum bisa membuat pengguna merasakan manfaat yang berarti saat penggunaan Aplikasi Ajaib.

#### **7. Pengaruh trust terhadap perceived usefulness**

Bagi responden, variabel *trust* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *perceived usefulness*. Berdasarkan hasil analisis, pengguna memberikan kepercayaan pada Aplikasi Ajaib untuk menjaga kerahasiaan data dan mengurus transaksi, sehingga pengguna tidak perlu untuk mengeluarkan usaha lebih sehingga memberikan manfaat bagi pengguna. Namun dengan kepercayaan yang diberikan oleh Aplikasi Ajaib masih belum memberikan pengaruh yang signifikan terhadap manfaat yang dirasakan.

#### **8. Pengaruh *perceived risk* terhadap *intention to use***

Bagi responden, variabel *perceived risk* berpengaruh negatif secara signifikan terhadap *intention to use*. Berdasarkan hasil analisis, penanganan risiko yang dilakukan oleh Aplikasi Ajaib seperti memberikan rasa aman terhadap data pribadi atau fitur *auto order* yang bisa melakukan *taking profit* atau *cut loss* agar tidak menimbulkan kerugian. Dengan penerimaan risiko tersebut dapat meningkatkan niat seseorang untuk menggunakan Aplikasi ajaib.

#### **9. Pengaruh *trust* terhadap *intention to use***

Bagi responden, variabel *trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to use*. Berdasarkan hasil analisis, *trust* yang diberikan oleh pengguna terhadap Aplikasi Ajaib untuk menjalankan dan mengolah data investasi, dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap niat seseorang dalam menggunakan Aplikasi Ajaib.

#### **10. Pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use* melalui *perceived usefulness***

Bagi responden, variabel *perceived ease of use* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *intention to use* melalui mediasi *perceived usefulness*. Dengan adanya mediasi variabel *perceived usefulness* membuat hubungan pengaruh menjadi signifikan karena mediasi tersebut bersifat *full mediation*. Berdasarkan hasil analisis, Aplikasi Ajaib memberikan pilihan investasi antara saham maupun reksa dana yang membuat pengguna merasakan manfaat karena bisa melakukan diversifikasi investasi, sehingga berpengaruh pada niat seseorang untuk menggunakan aplikasi tersebut.

### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, variabel *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *trust*, *perceived risk*, dan *intention to use* memiliki persepsi yang baik terhadap Aplikasi Ajaib. Sedangkan variabel yang mempengaruhi seseorang untuk menggunakan aplikasi adanya variabel *perceived usefulness*, *trust* dan *perceived risk*. Aplikasi Ajaib sudah bisa menyampaikan manfaat, mengolah

risiko dan rasa percaya yang bisa diterima oleh pengguna. Oleh karena itu, Ajaib harus tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas dengan cara menambah fitur-fitur baru yang bisa memberikan manfaat, mengurangi risiko dan meningkatkan kepercayaan yang mungkin saja terjadi saat menggunakan aplikasi untuk berinvestasi. Dari data responden terlihat bahwa pengguna yang menggunakan aplikasi Ajaib berada pada usia generasi muda dimana responden banyak menggunakan aplikasi Ajaib untuk berinvestasi di saham dengan tujuan investasi yaitu jangka panjang dan *swing*. Sehingga fitur-fitur yang dimiliki oleh aplikasi pun harus dibuat *userfriendly* dan tampilan yang enak dilihat. Hal tersebut karena di generasi muda, orang-orang lebih memperhatikan kemudahan dalam menggunakan sebuah aplikasi sehingga dapat membuat orang memiliki niat menggunakan sebuah aplikasi. Oleh sebab itu, Aplikasi Ajaib perlu lebih memperhatikan fitur-fitur yang bisa memberikan kemudahan kepada pengguna seperti saran dari penulis yaitu fitur grafik PE / PBV yang digunakan untuk menentukan harga wajar sebuah saham. Hal tersebut bertujuan agar dengan grafik tersebut dapat memberikan kemudahan bagi para pengguna untuk dapat membaca data dengan mudah. Ajaib juga bisa menawarkan fitur seperti *quicklink* dimana pengguna dapat mengatur susunan tampilan sehingga pengguna dapat dengan mudah mengakses fitur favorit yang telah diatur. Untuk pemula dalam terjun ke dunia investasi, data komperasi juga sangat dibutuhkan. Ajaib dapat menyediakan fitur yang bisa memberikan komperasi terhadap beberapa emiten perusahaan seperti nilai *sales growth*, *net profit*, *PBV*, *PER*, *ROA*, *ROE*, dan perbandingan lainnya yang dibutuhkan untuk menentukan sebuah investasi layak atau tidak. Dengan adanya kemudahan dalam menambah fitur-fitur tersebut diharapkan Ajaib dapat mendorong niat pengguna dalam menggunakan Aplikasi Ajaib untuk berinvestasi. Selain itu, tidak hanya fitur-fitur tersebut namun Aplikasi Ajaib juga perlu terus dikembangkan dan menciptakan inovasi-inovasi baru agar Aplikasi Ajaib dapat bersaing di pasaran menghadapi perubahan teknologi yang begitu cepat.

## DAFTAR PUSTAKA

- AA. (2020, Agustus 13). *Berinvestasi Saham di Masa Pandemi Covid-19, Siapa Berani ?* Retrieved Maret 27, 2021, from AA: <https://www.aa.com.tr/id/ekonomi/berinvestasi-saham-di-masa-pandemi-covid-19-siapa-berani/1940686>
- Aaker. (1997). Dimensions of Brand Personality. *Journal of Marketing Research*, Vol 34(3) :347-357.
- Aditya, R. d. (2016). Pengaruh Perceived Usedulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) pada Pengguna Instant Messaging Line di Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol 20 (1), 24-32.
- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking . *Jurnal Studi Manajemen* , Vol.8(1),1-11.
- Ajaib. (2021). *Apa itu ajaib ?* Retrieved Maret 27, 2021, from Ajaib: <https://ajaib.co.id/apa-itu-ajaib-2/#:~:text=Ajaib%20adalah%20aplikasi%20investasi%20yang,trading%20saham%20secara%20real%2Dtime.&text=Sehingga%20semua%20orang%2C%20selain%20memiliki,juga%20memiliki%20pengetahuan%20yang%20menunjang.>
- Ajaib. (2021). *Kebijakan Privasi - Ajaib*. Retrieved from Ajaib: <https://ajaib.co.id/legal/>
- Ajaib. (2021, Desember 23). *Pengertian Investasi dan Hal Penting yang Harus Kamu Ketahui*. Retrieved from Ajaib: <https://ajaib.co.id/pengertian-investasi-dan-jenis-jenisnya-yang-patut-diketahui/>
- Ajaib. (2021). *Tentang Ajaib Group*. Retrieved from Ajaib: <https://ajaib.co.id/tentang-kami/>
- Aninda, N. (2020, Oktober 5). *7 Cara Menghasilkan Uang Selama Pandemi* . Retrieved Maret 26, 2021, from Entrepreneur:

<https://entrepreneur.bisnis.com/read/20201005/88/1300693/7-cara-menghasilkan-uang-selama-pandemi>

- Bank Indonesia . (2018, Desember 1). *MENGENAL FINANCIAL TEKNOLOGI*. Retrieved Oktober 11, 2021 , from Bank Indonesia : <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Financial-Teknologi.aspx#:~:text=Financial%20technology%2FFinTech%20merupakan%20hasil,jauh%20dengan%20melakukan%20pembayaran%20yang>
- Bashir, I., & Madhavaiah, C. (2015). Consumer Attitude and Behavioral Intention Towards Internet Banking Adoption in India. *Journal of Indian Business Research*, Vol 7(1) : 67-102.
- BPK RI. (2017, November 30). *Peraturan Bank Indonesia tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial*. Retrieved Oktober 13, 2021, from Database Peraturan : <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/135776/peraturan-bi-no-1912pbi2017-tahun-2017>
- Catriana, E. (2020, Desember 22). *Minat Milenial Berinvestasi Naik di Tengah Pandemi, Kok Bisa*. Retrieved Maret 26 , 2021, from Kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2020/12/22/183100326/minat-milenial-berinvestasi-naik-di-tengah-pandemi-kok-bisa->
- Chauhan, S. (2015). Acceptance of mobile money by poor citizens of India: integrating trust into the technology acceptance model. *Industry and Public Sector Management* , Vol 17 (3) : 58-68.
- CNN Indonesia . (2020, September 9 ). *Dampak Resesi Corona Mengalir ke Berbagai Sektor*. Retrieved Juni 10, 2021, from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200908105412-532-543899/dampak-resesi-corona-mengalir-ke-berbagai-sektor>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, Vol. 13, No. 3, pp. 319-340.
- Davis, F. D. (1993). User Acceptance of Information Technology: System Characteristics, User Perception and Behavioral Impacts. *International Journal Man-Machine Studies*, 475-487.

- Davis, F. D., Bagozzi, R., & Waeshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, Vol 35(8), 982-1003.
- Fajarratri, D. A. (2010). Studi Mengenai Persepsi Resiko (perceived risk) Terhadap Minat Beli Online Shopping . *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* , 111-127.
- Fatmawati, E. (2015). TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) UNTUK MENGANALISIS PENERIMAAN TERHADAP SISTEM INFORMASI PERPUSTAKAAN . *Jurnal Iqra* , Vo 9(1) : 1-13.
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. ( 2003 ). Predicting e-services adoption: a perceived risk facets perspective. *International Journal of Human Computer Studies*, 59 , 451–474. doi:10.1016/s1071-5819(03)00111-3
- Firmansyah, A. (2018). *Prilaku Konsumen* . Yogyakarta: Deepublish.
- Fishbein, M. &. (1975). *Belief, attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Massachusetts Amherst : Addison Wesley .
- Fuad, S. M. (2018). Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) dan Perceived Risk untuk mengidentifikasi Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Belanja Online di Kalimantan . *Jurnal Wawasan Manajemen* , Vol 6(3),310-328.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51-90. doi:10.2307/30036519
- Ghozali, I. L. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartPLS untuk penelitian empiris*. Semarang : Badan Penerbit UNDIP.
- Google Pay . (2021). *Apps*. Retrieved April 19 , 2021, from Google Play : [https://play.google.com/store?utm\\_source=apac\\_med&utm\\_medium=hase m&utm\\_content=Apr0121&utm\\_campaign=Evergreen&pcampaignid=MKT-EDR-apac-id-1003227-med-hasem-py-Evergreen-Apr0121-Text\\_Search\\_BKWS-BKWS%7cONSEM\\_kwid\\_43700059657435904\\_creativeid\\_488311332475\\_d](https://play.google.com/store?utm_source=apac_med&utm_medium=hase m&utm_content=Apr0121&utm_campaign=Evergreen&pcampaignid=MKT-EDR-apac-id-1003227-med-hasem-py-Evergreen-Apr0121-Text_Search_BKWS-BKWS%7cONSEM_kwid_43700059657435904_creativeid_488311332475_d)

- Hair, J. e. (2014). *A Primer in Partial Least Squares Structural Equation Modeeling (PLS-SEM)*. USA: Sage Publication, Inc.
- Halim, A. (2003). *Analisis Investasi* . Jakarta: Salemba Empat .
- Hidayati, A. N. (2017). Investasi: Analisis dan Relevansinya Dengan Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Islam* , 227-242.
- IDX. (2020). *IDX Statistics*. Jakarta: IDX Indonesia Stock Exchange.
- IDX. (2021). *Reksa Dana* . Retrieved from IDX: <https://www.idx.co.id/produk/reksa-dana/>
- IDX. (2021). *Saham* . Retrieved from IDX: <https://www.idx.co.id/produk/saham/>
- Idxchannel. (2017, Juli 13). *25 Tahun Perjalanan BEI, Mulai dari Transaksi Pakai Kertas hingga Sistem Online*. Retrieved Maret 27, 2021, from Idxchannel: <https://idxchannel.okezone.com/read/2017/07/13/278/1735425/25-tahun-perjalanan-bei-mulai-dari-transaksi-pakai-kertas-hingga-sistem-online>
- Jamieson , R., & Lui , H. (2013). TRiTAM: A Model for Integrating Trust and Risk Perceptions in Business-to-Consumer Electronic Commerce. *Bled 2003 Proceedings*, 349-364.
- Kementrian Keuangan Republik Indonesia. (2021, Maret 31). *Aktivitas Pasar Modal Indonesia Di Era Pandemi*. Retrieved Mei 4, 2021, from Artikel DJKN : <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13817/Aktivitas-Pasar-Modal-Indonesia-Di-Era-Pandemi.html>
- Kotler, & Keller. (2012). *Marketing Management* (14 ed.). New Jersey: Pearson Education.
- KSEI. (2021). *Statistik Pasaar Modal Indonesia*. Jakarta: PT Kustodian Sentral Efek Indonesia .
- Loanata, T., & Tileng, K. G. (2016 ). Pengaruh Trust dan Perceived Risk pada Intention To Use Menggunakan Technology Acceptance Model (Studi Kasus Pada Situs E-Commerce Traveloka). *Juisi* , Vol 2(1): 64-73.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust . *Academy of Management* , Vol 20(3):709-734.
- Nasution, D. A. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia . *Benefita*, 214.

- Naufaldi, I., & Tjokrosaputro, M. (2020). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Trust Terhadap Intention To Use. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 2(3), 715-722.
- Nazir. (1988). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia .
- Nazirwan, N., Halim, N. M., & Fadhil, R. (2020). PERAN TRUST, PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED E-SERVICE QUALITY, DAN PERCEIVED RISK TERHADAP BEHAVIOR INTENTION: SUATU PENELITIAN PADA KIOSK TYME DIGITAL. *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(2), 235-245.
- OJK. (2017). *Pengelolaan Investasi*. Retrieved from Otoritas Jassa Keuangan : <https://www.ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/Pages/Pengelolaan-Investasi.aspx>
- Oktaviyanti, N. (2011). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-commerce. *STMIK AMIKOM Yogyakarta*, 1-5.
- 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.
- Poon, W. C. (2008). Users' adoption of e-banking services: the Malaysian perspective. *Journal of Business and Industrial Marketing*, Vol 23(1) : 59-69.
- Putri, C. I., & Sudiksa, I. B. (2018). PERAN KEPERCAYAAN DALAM MEMEDIASI PENGARUH PERSEPSI RISIKO TERHADAP NIAT BELI ONLINE PADA SITUS LAZADA. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol 7(7) : 3502 - 3531.
- Rachmawati, R. M., Wahyudi, H. D., & Hariri, A. (2016). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli Melalui Persepsi Risiko Pada Transaksi Jual Beli Online Melalui Media Sosial (Studi pada Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Angkatan 2014) . *Jurnal Ekonomi Bisnis* , 214-224.
- Reisha, T. (2021, Maret 4). *8 Aplikasi Saham Online Terbaik 2021, Terdaftar di OJK!* Retrieved April 20, 2021, from Jalantikus: <https://jalantikus.com/finansial/aplikasi-saham-terbaik/>

- Riantini, R. E. (2012). PENGARUH TRUST, PERCEIVED RISK dan TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) TERHADAP PENERIMAAN APLIKASI PEMBAYARAN DIGITAL. *Eprints Binus*, 1-22.
- Sayekti, F., & Putarta, P. (2019). Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Pengujian Model Penerimaan Sistem Informasi Keuangan Daerah. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, No. 3, 196-209. Retrieved Desember 9, 2021
- Schumacker, R., & Lomax, R. (2004). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modelling*. London : Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (Vol. 6 th Edition). New York.
- Sekaran, Uma, & Bougie, R. (2010). *Research Method For Business: A Skill Buliding Approach*. New York : John Wiley.
- Setiawan, A., & Sulistiowati, L. H. (2018). PENERAPAN MODIFIKASI TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) DALAM E-BUSINESS. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 10(2), 171-186.
- Sijabat, Y. P., Hutajulu, D. M., & Sihombing, P. (2019). DETERMINASI TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL TERHADAP NIAT PENGGUNAAN FINTECH SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN (PAYMENT). *Jurnal Universitas Tidar*, 151-166.
- Sinaga, R. (2021, Januari 4). *Menguji stimulus fiskal untuk selamatkan ekonomi dari pandemi*. Retrieved Maret 27, 2021, from *Antaraneews.com*: <https://www.antaraneews.com/berita/1927440/menguji-stimulus-fiskal-untuk-selamatkan-ekonomi-dari-pandemi>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Suwardana, A. F. (2019). Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Go-Pay (Mobile Payment) pada Pelanggan Go-Jek . 1-15.
- Suyanto, T. A. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan FinTech pada UMKM Dengan Menggunakan Technology

- Acceptance Model (TAM). *Jurnal Akuntansi & Manajemen Akmenika*, Vol.16 No. 1, 175-186.
- Taan, H. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja*. Yogyakarta : Zahir.
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2008, Mei). Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions. *Decision Sciences*, 39(2), 273-315.
- Wahyudi , A., & Saifudin , I. (2018). Pengaruh Trust dan Perceived Risk pada Intention to Use Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM). *Universitas Muhammadiyah Jember*, 30-35.
- Wibowo, A. (2008). Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Indonesia Modern Dalam Budaya Informasi*.
- Widyarini, & Putro. (2008). Analisis Hubungan Faktor-faktor Technology Acceptance, Trust dan Risk pada Niat Nasabah Bank untuk Menggunakan Internet Banking. *The 2nd National Conference UKWMS*.
- Yudi, S. E. (2013). Analisis Pemanfaatan Teknologi Informasi Menggunakan Pendekatan Innovation and Diffusion Theory (IDT) dan Technology Acceptance Model (TAM) pada Disdikpora Kota Salatiga. 1-18.
- Yuniarti, V. (2019). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Financial Technology Peer to Peer Lending. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, Vol 8(1), 1-22.
- Zulfikar, A. (2020, Agustus 5). *6 Broker Saham Terbaik Untuk Investor Pemula. Mulai Berinvestasi, Yuk!* Retrieved April 20, 2021, from 99.co: <https://www.99.co/blog/indonesia/broker-saham-terbaik/>

