

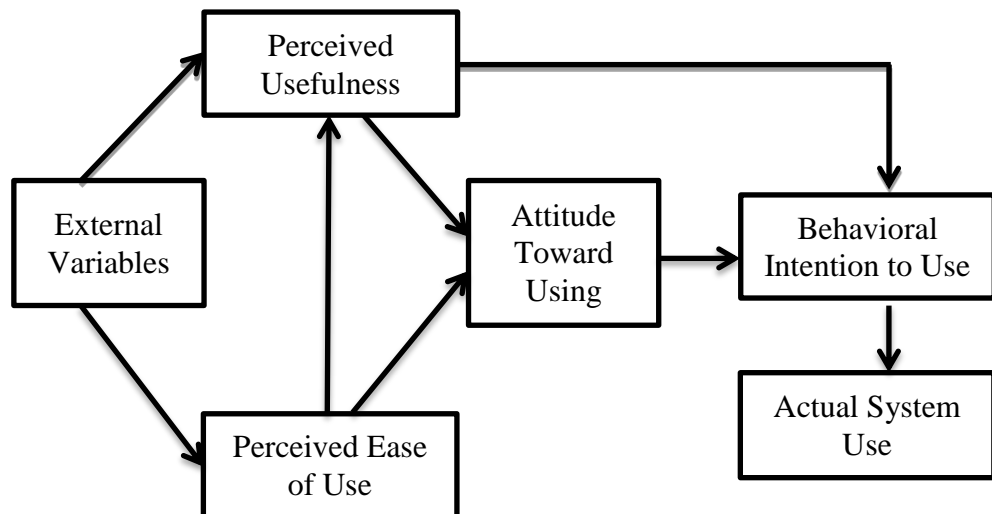
## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Teori Model Penerimaan (TAM)**

TAM (Technology Acceptance Model), diperkenalkan oleh Davis (1986) yang merupakan adaptasi dari TRA, yang dirancang khusus untuk pemodelan penerimaan penggunaan sistem informasi. Tujuan dari tam adalah untuk memberikan penjelasan tentang faktor-faktor penentu penerimaan teknologi informasi yang bersifat umum, mampu menjelaskan perilaku pengguna di berbagai teknologi komputasi pengguna akhir dan pengguna populasi, sementara pada saat yang sama baik pelit dan secara teoritis dibenarkan. Idealnya seseorang menginginkan model yang membantu, tidak hanya untuk prediksi tetapi juga untuk penjelasan, sehingga peneliti dan praktisi dapat mengidentifikasi mengapa sistem tertentu tidak dapat diterima, dan mengejar langkah-langkah korektif yang tepat. Oleh karena itu, tujuan utama TAM adalah menyediakan dasar untuk menelusuri dampak faktor eksternal terhadap keyakinan internal, sikap dan niat. TAM berpendapat bahwa dua keyakinan tertentu, kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah relevansi utama dalam perilaku pengguna untuk menerima teknologi informasi (Figure 2) (Davis et al., 1989).



**Gambar 2.1** *Technology Acceptance Model (TAM)*

Konsep TAM (Chuang et al., 2016):

1. Sikap, perasaan atau evaluasi positif atau negative yang dihasilkan ketika seorang individu menggunakan teknologi baru. Ketika seseorang memiliki sikap positif yang lebih tinggi terhadap penggunaan teknologi baru, niat perilaku akan lebih tinggi. Hal ini ditentukan oleh persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan
  - a. Persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) ialah ketika seseorang yakin jika memakai sistem tertentu bisa meningkatkan kinerja pekerjaan mereka. Namun, ketika pengguna meyakini jika teknologi baru itu bermanfaat, pengguna akan memiliki sikap positif atas teknologi baru itu.
  - b. Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) yaitu ketika seseorang meyakini jika mengoperasikan teknologi baru terbebas dari usaha. Teknologi baru bisa dirasakan oleh pengguna ketika mudah

digunakan, membutuhkan lebih sedikit tenaga dan waktu, maka teknologi baru lebih diterima sang pengguna.

2. Behavioral Intentions, derajat kesediaan seseorang untuk menggunakan teknologi baru
3. Variabel eksternal, faktor-faktor yang secara tidak langsung mempengaruhi perilaku, setiap variabel pribadi pengguna, karakteristik sistem dan variabel lingkungan.

### **2.1.2 Persepsi Manfaat**

Menurut Davis (1989), “persepsi manfaat didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatnya kinerja dalam bekerja”. Bisa diartikan jika adanya manfaat dari fasilitas internet, akan mampu meningkatkan produktivitas kinerja pada orang-orang yang menggunakan fasilitas tersebut seperti memudahkan dalam berinvestasi. Menurut Ichwan & Kasri (2019), *Perceived Usefulness* atau kegunaan yang dirasakan persepsi individu adalah tentang manfaat yang akan diterimanya saat menggunakan teknologi. Misalnya, seseorang akan membandingkan manfaat yang dia peroleh ketika berinvestasi secara konvensional dan berinvestasi secara online melalui fintech. Jika seseorang merasa berinvestasi melalui fintech lebih bermanfaat, maka persepsinya nilai tentang tindakan itu akan meningkat. Di sisi lain, jika dia hanya diturunkan sedikit manfaat dari perilaku, nilai akan turun. Venkatesh & Davis (2000), menjelaskan bahwa manfaat yang dirasakan terdiri dari empat dimensi:

1. Penggunaan sistem bisa memajukan prestasi kerja
2. Penggunaan sistem dapat mengembangkan produktivitas
3. Penggunaan sistem sanggup meningkatkan efektivitas performa
4. Penggunaan sistem berikan keuntungan bagi individu.

### **2.1.3 Persepsi Kemudahan Penggunaan**

Menurut Davis (1989), “Persepsi kemudahan penggunaan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha”. Menurut Ichwan & Kasri (2019), “Perceived Ease Of Use atau kemudahan penggunaan yang dirasakan persepsi individu adalah tentang kemudahan penggunaan teknologi”. Jika seseorang merasa tidak perlu banyak usaha untuk menggunakannya, maka teknologi memiliki persepsi nilai kenyamanan yang tinggi, dan sebaliknya. Selanjutnya, Venkatesh & Davis (2000) memberikan dimensi berikut dalam kaitannya dengan persepsi kemudahan penggunaan:

- Interaksi antar individu dan sistem jelas dan mudah dipahami
- Tidak diperlukan usaha untuk dapat menggunakan sistem
- Sistem ini mudah digunakan
- Sistem ini mudah digunakan sesuai kebutuhan.

### **2.1.4 Financial Technology (Fintech)**

Financial technology merupakan sebuah istilah yang digunakan bagi perusahaan yang telah menawarkan teknologi modern di bidang keuangan, perusahaan fintech sebagian besar adalah perusahaan mikro, kecil maupun menengah yang tidak memerlukan banyak modal, akan tetapi memiliki ide

yang jelas mengenai bagaimana memperkenalkan layanan baru dapat meningkatkan layanan keuangan yang telah tersedia di pasar jasa keuangan (Saksonova & Kuzmina-Merlino, 2017). Menurut Ernst and Young (2019), ada lima kategori teknologi keuangan.

**Tabel 2.1 Daftar Kategori dan layanan Teknologi Finansial**

<b>Kategori</b>	<b>Jasa</b>
Pengiriman dan pembayaran uang	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pengiriman valuta asing</li> <li>✓ Online luar negeri</li> <li>✓ Perbankan tanpa cabang khusus digital</li> <li>✓ Pembayaran peer to peer dan transfer uang non-bank</li> <li>✓ Pembayaran ponsel di took</li> <li>✓ Dompet elektronik mata uang kripto</li> </ul>
Penganggaran dan Perencanaa keuangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Alat penganggaran dan perencanaan keuangan online</li> <li>✓ Alat manajemen pensiun dan pensiun online pinjaman</li> </ul>
Tabungan dan Investasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Di platform Peer to Peer</li> <li>✓ Investasi melalui Platform Crowdfunding</li> <li>✓ Saran investasi online dan manajemen investasi</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pialang saham online</li> <li>✓ Taruhan spread online</li> </ul>
Peminjaman	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Penyedia pinjam online saja</li> <li>✓ Pasar online dan Agregator untuk pinjaman pialang</li> <li>✓ Pinjaman online dan Situs fasilitas pialang</li> </ul>
Pertanggung	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Perbandingan premium asuransi</li> <li>✓ Asuransi khusus aplikasi perangkat cerdas yang terhubung dengan asuransi</li> </ul>

Sumber: (Abdillah, 2020)

### 2.1.5 Investasi

Investasi didefinisikan sebagai “sesuatu aktivitas yang menunda mengkonsumsi yang di inginkan guna memperoleh nilai konsumsi yang bertambah jadi lebih besar untuk waktu yang akan tiba”. Investasi ialah penempatan beberapa anggaran disaat ini dengan impian guna mendapatkan profit atau keuntungan di waktu yang akan datang. Investasi terbagi menjadi dua yakni, investasi pada financial asset, investasi pada real asset (Hermawati et al., 2018).

Saat sebelum mengambil ketentuan memilah instrument investasi yang sesuai buat kita, terdapat keadaan penting yang butuh dipertimbangkan ialah, usia, risiko, pajak, likuiditas serta keamanan, situasi ekonomi

internasional, ekonomi nasional, industri, sains serta teknologi dan siklus tren (Hermawati et al., 2018). Investasi merupakan sesuatu aktiva yang dipakai oleh industri guna menaikkan kelayakannya melalui pembagian hasil investasi, contoh; penghasilan bunga, imbalan, dividen, pendapatan sewa, serta yang lain. Guna penghargaan nilai investasi ataupun membagikan manfaat lain untuk perusahaan yang hendak melaksanakan investasi melalui ikatan bisnis (Mita Merry Moy & Siagian, 2021). Menurut Tandelilin (2010) investasi merupakan komitmen atas beberapa anggaran ataupun sumber energy yang lain, yang dilakukan pada saat ini dengan tujuan untuk mendapatkan beberapa profit atau keuntungan di waktu yang akan tiba. Salim & Sutrisno (2008), investasi yang dilakukan oleh investor baik penanaman modal asing ataupun dalam negeri dalam bermacam aspek upaya yang terbuka guna investasi, yang bermaksud untuk mendapatkan profit atau keuntungan. Soemitra (2014), investasi mempunyai 3 perspektif yaitu;

- a. Aspek uang, yang ditanamkan serta yang diharapkan, guna memperhitungkan kekayaan yang akan tiba. Maka buat memperhitungkan kelayakan pemodalannya atau investasi dipakai pula rancangan uang.
- b. Aspek periode atau waktu, saat ini serta waktu yang akan tiba oleh sebab itu guna memperhitungkan investasi digunakan aspek periode atau waktu.

- c. Aspek manfaat, kelayakan investasi juga wajib memandang manfaat serta anggaran yang ditimbulkannya dengan memakai asas manfaat ataupun *cost benefit ratio*.

### **2.1.6 Niat Investasi**

Niat berinvestasi merupakan kemauan guna mencari tahu mengenai jenis sesuatu investasi diawali dari profit atau keuntungan, kelemahan, kemampuan investasi dan lain lain (Tri Cahya & Ayu Kusuma, 2019). Niat bisa berkaitan dengan desakan seseorang untuk mengarah merasa terpicat pada orang, barang aktivitas sendiri, niat bisa menjadi penyebab seseorang ikut serta dalam suatu aktivitas yang bersumber pada respon sadar, niat bersifat sangat individu, walaupun sedemikian itu niat dipengaruhi oleh lingkungan, serta setiap orang wajib meningkatkan niat yang dimiliki (Mastura et al., 2020). Niat berinvestasi membuktikan jika, bisa jadi seseorang akan melaksanakan tindakan yang bisa menggapai kemauan guna berinvestasi, semacam mengikuti pelatihan serta seminar mengenai investasi, menyambut baik penawaran investasi, dan pada akhirnya berinvestasi (Tri Cahya & Ayu Kusuma, 2019).

Sifat seseorang yang berkeinginan dalam melakukan investasi bisa dilihat dengan sebanyak apa mereka berusahanya dalam ingin mengetahui tentang suatu jenis pemodalan, mempelajari serta setelah itu mempraktikannya. Ciri lain yang bisa diamati merupakan, mereka yang berupaya menyempatkan diri untuk menganalisis lebih dalam tentang investasi maupun mereka yang berusaha berinvestasi pada berbagai



macam bentuk investasi, terlebih lagi meningkatkan bagian investasi yang sudah ada (Tri Cahya & Ayu Kusuma, 2019) .

Faktor yang bisa mempengaruhi niat merupakan aspek yang berasal dari diri sendiri, tidak memiliki tujuan yang nyata, terdapat ataupun tidaknya manfaat suatu perihal yang dipelajari untuk pribadi. Indikator yang dipakai guna mengukur niat, Lucas dan Britt (2000), aspek-aspek yang ada dalam niat meliputi:

- a. Ketertarikan dalam perihal ini membuktikan terdapatnya konsentrasi kepedulian serta perasaan suka
- b. Kemauan ditunjukkan dengan terdapatnya keinginan untuk memiliki
- c. Kepercayaan ditunjukkan dengan adanya rasa yakin diri pribadi kepada mutu, daya gunaa serta profit atau keuntungan

Yusuf (2019) Adapun factor-faktor yang memunculkan niat pada diri seorang:

- 1) Aspek motif social, timbulnya niat dari diri pribadi yang berkeinginan memperoleh pengakuan apresiasi dari lingkungan dimana dia berada
- 2) Aspek emosional, kesriusan seseorang dalam meletakkan kepedulian kepada suatu aktivitas ataupun objek khusus
- 3) Aspek keinginan dari dalam, keinginan yang berhubungan dengan jasmani serta psikologis.

### **2.1.7 Pengetahuan Investasi**

Pengetahuan adalah unsur-unsur yang mengisi akal serta alam jiwa manusia yang sadar, secara nyata dalam otaknya. Dimana hal ini dapat

menimbulkan suatu gambaran, pengamatan (persepsi), apersepsi, konsep serta fantasi terhadap segala hal yang diterima dari lingkungan melalui panca indranya (Hasanudin et al., 2021). Pengetahuan investasi ialah suatu penjelasan perihal bagaimana upaya dalam menggunakan separuh dana maupun sumberdaya yang dipunyai guna mendapatkan laba dimasa mendatang. Penjelasan investasi bisa didapat melalui pembelajaran yang diperoleh dari berbagai macam literature yang ada serta sudah dipahami oleh ingatan manusia (WIBOWO, 2018).

Pengetahuan yang baik membantu investor memilih jenis investasi yang aman dan menguntungkan. Berbagai tawaran investasi akan ada di meja, dan investor menyaringnya serta meninggalkan pilihan investasi paling rasional melalui informasi akurat yang mereka miliki. Sebelum berinvestasi, investor akan mengumpulkan berbagai informasi guna meningkatkan pengetahuan serta keterampilan mereka dalam melakukan analisis dan pengambilan keputusan yang lebih baik. Tanpa pengetahuan yang memadai investor akan menghadapi kesulitan untuk memulai transaksi (Setyanta & Kadi, 2020).

### **2.1.8 Persepsi Return**

Persepsi return merupakan suatu kegiatan dalam menginterpretasikan mengenai keuntungan yang bisa didapat oleh suatu perusahaan, individu, dan institusi dari hasil kebijakan dalam berinvestasi yang telah dilakukannya. Return dari investasi terdiri dari return realisasian yang sudah terjadi dan satu lagi return ekspektasian yang belum terjadi, tetapi

return ini yang diharapkan dapat terjadi pada waktu yang akan tiba. Return atau biasa disebut dengan pengembalian investasi yakni hasil keuntungan yang di inginkan para investor ketika berinvestasi yang telah dilaksanakan dalam waktu tertentu. Filosofi return yang disampaikan (Tandelilin, 2010), jika return sebagian faktor yang memotivasi investor dalam berinvestasi dan selain itu sebagai imbalan atas keberanian investor didalam menanggung risiko yang sudah dilakukan pada sebuah investasi.

## 2.2 Tinjauan Pustaka

**Tabel 2. 2 Tinjauan Pustaka**

No	Nama Peneliti/ Tahun	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	(Sipangkar & Wijaya, 2020)	<i>Factors affecting intention to investing in peer-to-peer lending platform toward Universitas</i>	Faktor yang signifikan pada mahasiswa Universitas Indonesia terhadap niat berinvestasi di P2P Lending, yaitu persepsi	Meneliti faktor persepsi persepsi terhadap niat dalam berinvestasi.	Meneliti pengaruh dalam teori model penerimaan (TAM) persepsi kemudahan, kemanfaatan, return, serta pengetahuan investasi terhadap

		<i>Indonesia students</i>	reputasi pada persepsi risiko, persepsi keamanan pada kecenderungan kepercayaan, dan kepercayaan awal pada niat berinvestasi.		niat niat generasi y dan z dalam berinvestasi online.
2	(Nurmali a et al., 2021)	<i>The effect of investment knowledge, risk perception, Investment motivation, and technological ease on Stock investment interest in the young generation</i>	Pengaruh pengetahuan, motivasi dan kemudahan teknologi berpengaruh kepada niat investasi saham dipasar modal.	Menganalisis akibat pengetahuan investasi, kemudahan teknologi kepada niat investasi generasi y dan z.	Meneliti akibat dalam (TAM) persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, persepsi return, serta pengetahuan investasi terhadap niat generasi y dan z untuk berinvestasi secara online.

3	(Amhal mad1 & Irianto, 2019)	Pengetahuan dan Motivasi terhadap Niat Berinvestasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang	Diketahui jika pengetahuan berpengaruh terhadap motivasi investasi, mahasiswa pendidikan FE UNP, dimana semakin tinggi pengtahuan mahasiswa tentang investasi maka semakin tinggi motivasi mahasiswa untuk berinvestasi.	Meneliti pengaruh pengetahuan investasi terhadap niat berinvestasi.	Menganalisis faktor dalam teori (TAM) persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, persepsi return, serta pengetahuan investasi terhadap niat para generasi y dan z guna berinvestasi online.
4	(Setyanta & Kadi, 2020)	<i>The Effect Of Perceived Ease of Use, Investment Knowledge, And Perceived Risk On</i>	Hasil penelitian menunjukkan jika teknologi dan pengetahuan mempengaruhi niat dalam berinvestasi	Menganalisa penyebab Perceived Ease of Use, Pengetahuan investasi, kepada niat dalam berinvestasi.	Peelitian ini meneliti faktor dalam (TAM) persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan,

		<i>Intentions to Purchase of Share in Generation Y</i>	tetapi, persepsi risiko menunjukkan bahwa risiko tidak berpengaruh terhadap niat guna berinvestasi.		persepsi return, serta pengetahuan investasi terhadap niat untuk generasi y dan z dalam berinvestasi online difintech.
5	(Mastura, Nuringwahyu and Zunaida, 2020)	Pengaruh Motivasi Investasi, Pengetahuan Investasi Dan Teknologi Informasi Terhadap Niat Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Fia Dan Feb Unisma	Pengujian terjadi secara simultan Motivasi, pengetahuan investasi serta teknologi informasi berpengaruh terhadap niat berinvestasi	Dalam penelitiannya meneliti mengenai pengetahuan investasi, teknologi informasi atas niat berinvestasi.	Skripsi penelitian ini menggunakan teori (TAM) persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, persepsi return, serta pengetahuan investasi terhadap niat generasi y dan z dalam melakukan investasi online.

		Mengenai Investasi)			
6	(Yulianti, Amin and Anwar, 2020)	Pengaruh Motivasi Investasi, Pengetahuan Investasi, Modal Minimal, Dan Return Investasi Terhadap Niat Investasi Di Pasar Modal	Motivasi, Pengetahuan, Modal Minimal dan return investasi terjadi secara simultan berpengaruh atas niat investasi di pasar modal.	Analisis mengenai pengetahuan investasi dan persepsi return terhadap niat guna berinvestasi.	Menganalisis tentang (TAM) yakni persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, persepsi return, serta pengetahuan investasi terhadap niat para generasi y dan z dalam melaksanakan investasi online.
7	(Wulandari, Sinarwati and Purnamawati, 2017)	Pengaruh Manfaat, Fasilitas, Persepsi Kemudahan, Modal, Return,	Terdapat hasil uji manfaat investasi, persepsi kemudahan, modal investasi minimal, persepsi	Meneliti pengaruh persepsi manfaat, kemudahan, serta return atas niat berinvestasi online.	Meneliti pengaruh teori model penerimaan (TAM) persepsi kemudahan, kemanfaatan,

		dan Persepsi Resiko terhadap Niat Mahasiswa untuk Berinvestasi Online ( Studi oleh Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha )	return, persepsi risiko yang simultan sehingga berpengaruh signifikan terhadap niat para mahasiswa untuk berinvestasi online.		return, serta pengetahuan investasi terhadap niat niat generasi y dan z dalam berinvestasi online.
8	(Tumewu, 2019)	Niat Generasi y dan z Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal Melalui Teknologi Fintech	Banyak faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat investasi online. Diantaranya financial literacy, personal interest,	Meneliti apakah faktor-faktor yang ada dapat mempengaruhi terhadap niat berinvestasi online.	Meneliti pengaruh dalam teori model penerimaan (TAM) persepsi kemudahan ( <i>perceived ease of use</i> ), persepsi kemanfaatan



			dan environment.		( <i>perceived usefulness</i> ), persepsi return, serta pengetahuan investasi terhadap niat niat generasi y dan z dalam berinvestasi online.
9	(Yusuf, 2019)	Pengaruh Kemajuan Teknologi dan Pengetahuan terhadap Niat Generasi Milenial dalam Berinvestasi di Pasar Modal	hasil riset penelitian, pengetahuan investasi, dan kemajuan teknologi terdapat faktor pengaruh yang signifikan dengan niat investasi mahasiswa dipasar modal.	Menguji pengetahuan investasi atas niat generasi milenial dalam berinvestasi.	Meneliti pengaruh dalam teori model penerimaan (TAM) persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, persepsi return, serta pengetahuan investasi terhadap niat niat generasi y dan z dalam berinvestasi online.

10	(Tandio & Widanaputra, 2016)	Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, Return, Persepsi, Risiko, Gender,serta Kemajuan Teknologi Pada Niat Investasi Mahasiswa	Pasar modal dan return memengaruhi niat investasi secara signifikan. Tetapi persepsi risiko, gender dan kemajuan teknologi tidak mempengaruhi niat investasi secara signifikan. Hasil penelitian ini sangat berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya.	Meneliti pengaruh dan persepsi return terhadap niat berinvestasi.	Menguji pengaruh teori (TAM) persepsi kemudahan ( <i>perceived ease of use</i> ), persepsi kemanfaatan, persepsi return, pengetahuan investasi terhadap niat para generasi generasi y dan z di dalam berinvestasi online.
11	(Raditya et al., 2014)	Pengaruh Modal Investasi Minimal di BNI Sekuritas, Return dan	Penghasilan, return dengan niat investasi, persepsi terhadap risiko, return dan modal minimal, investasi	Meneliti pengaruh persepsi return terhadap niat berinvestasi.	Meneliti pengaruh dalam teori model penerimaan (TAM) persepsi kemudahan, persepsi

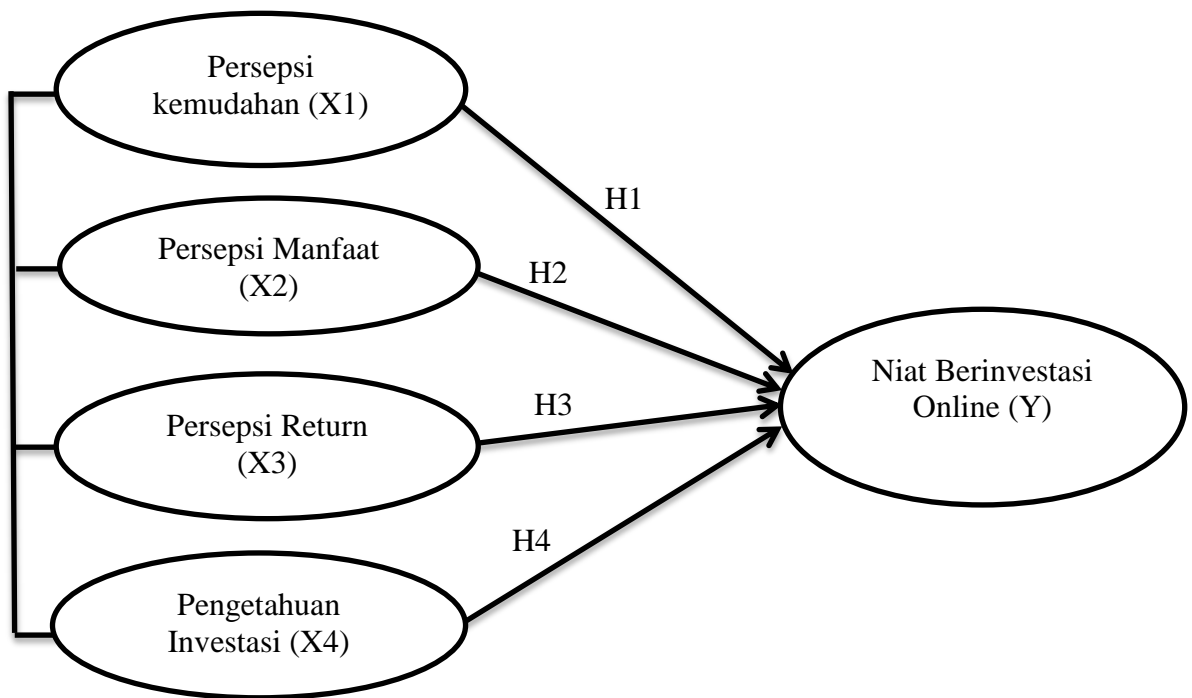
		Persepsi terhadap Risiko pada Niat Investasi Mahasiswa dengan Penghasilan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Mahasiswa Magister di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana)	dari beberapa variabel bebas yang berpengaruh variabel niat investasi. Modal minimal tidak ada berpengaruh terhadap niat investasi.		kemanfaatan, persepsi return, serta pengetahuan investasi terhadap niat niat generasi y dan z dalam berinvestasi online.
12	(WIBO WO, 2018)	Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan	Pengetahuan investasi, modal minimal investasi serta pelatihan	Pengetahuan investasi atas niat berinvestasi.	Teori (TAM) persepsi kemudahan, persepsi

		Modal Minimal Investasi, Dan Pelatihan Pasar Modal Terhadap Niat Investasi (Studi Kasus Mahasiswa Fe Unesa Yang Terdaftar Di Galeri Investasi Fe Unesa)	pasar modal terdapat pengaruh atas niat mahasiswa mahasiswa berinvestasi.		kemanfaatan, persepsi return, serta pengetahuan investasi pada niat generasi y dan z guna melakukan investasi online.
--	--	---	---	--	---

Kesimpulan dari hasil penelitian tersebut diatas banyak yang menunjukkan bahwa teknologi berpengaruh dalam niat berinvestasi, namun terdapat salah satu penelitian bahwa teknologi tidak mempengaruhi niat dalam berinvestasi yaitu dalam penelitian (Tandio & Widanaputra, 2016). Perbedaan dalam penelitian ini dari penelitian penelitian sebelumnya yaitu, dalam penelitian ini peneliti akan menguji serta menganalisis lebih lanjut mengenai faktor pengaruh penerimaan teknologi dengan memasukkan dua variabel utama *Technology Acceptance Model* (TAM), oleh Davis ialah persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) serta persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), dan variabel lainnya yakni persepsi

return, pengetahuan investasi terhadap niat generasi y dan z dalam berinvestasi difintech.

### 2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.2 Kerangka pemikiran

### 2.4 Hipotesis

#### 2.4.1 Persepsi Kemudahan Penggunaan

Menurut Davis (1989), “persepsi kemudahan penggunaan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha”. Menurut Ichwan & Kasri (2019), “*Perceived Ease Of Use* atau kemudahan penggunaan yang dirasakan persepsi individu adalah tentang kemudahan penggunaan teknologi”. Maka jika seseorang merasa tidak perlu banyak usaha untuk menggunakannya, maka teknologi memiliki persepsi nilai kenyamanan yang tinggi, dan sebaliknya. Temuan penelitian

sebelumnya mengenai persepsi kemudahan oleh Nurmalia et al. (2021), bahwa semakin mudah teknologi akan semakin memberikan niat investasi saham dipasar modal bagi generasi y dan z. Temuan penelitian oleh Hamid et al., (2016) aplikasi E-Government dapat menawarkan peningkatan kualitas pasokan informasi dan beban administrasi yang lebih sedikit, dalam persepsi kemudahan riset menunjukkan jika pemakaian aplikasi E-Government memengaruhi positif dalam mengembangkan sekolah umum di Malaysia. Riset dari Wilson et al., (2021), persepsi kemudahan berdampak positif dan signifikan dengan kepuasan pelanggan, kepercayaan dan loyalitas pelanggan dalam industry Komputer China. Hasil dari penelitian sebelumnya diatas menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah perasaan pengguna bahwa penggunaan teknologi jelas dan mudah dipahami, sedikit usaha untuk mengoprasikannya, serta teknologi sesuai dengan keinginan pengguna. Sehingga terbentuk hipotesis:

**H1: persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap niat generasi y dan z dalam berinvestasi difintech**

#### **2.4.2 Persepsi Manfaat**

“Menurut Davis (1989), persepsi manfaat didefinisikan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaan”. Menurut Ichwan & Kasri (2019), “*Perceived Usefulness* atau kegunaan yang dirasakan persepsi individu adalah tentang manfaat yang akan diterimanya saat menggunakan

teknologi”. Dapat diartikan jika adanya manfaat dari fasilitas internet maka bisa meningkatkan produktivitas kinerja untuk orang-orang yang memakai fasilitas tersebut seperti memudahkan dalam berinvestasi. dan manfaat dari melaksanakan investasi adalah dapat memperoleh keuntungan dari investasi yang sudah dilakukan. Temuan penelitian sebelumnya oleh Wibisono & Ang (2019), bahwa manfaat yang dirasakan dalam pengungkapan sukarela di halaman media sosial mempengaruhi niat untuk menggunakan informasi tersebut sebagai pengambilan keputusan investasi. Dan persepsi manfaat yang dirasakan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap sikap penggunaan fintech (Chuang et al., 2016). Sehingga terbentuk hipotesisi seperti berikut:

**H2: persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap niat generasi y dan z dalam berinvestasi online.**

### **2.4.3 Persepsi Return**

Teori return yang dikemukakan oleh Tandelilin (2010), bahwa return sebagian hal yang memotivasi pemilik modal guna berinvestasi, selain itu sebagai upah atas keberanian pemilik modal didalam mendapat risiko yang telah dilaksanakan pada investasi. Return ialah imbalan maupun keuntungan yang diinginkan para investor dalam berinvestasi yang sudah dilakukan dalam jangka periode tertentu pada waktu yang akan tiba. Return memiliki hubungan positif terhadap risiko, ketika dimana sebuah risiko tinggi maka return yang di inginkan pun juga tinggi. Temuan penelitian sebelumnya Yulianti et al., (2020), menyatakan bahwa persepsi

return investai berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat investasi dipasar modal. Dalam penelitian lainnya dalam persepsi return berpengaruh signifikan atas niat mahasiswa dalam melaksanakan investasi secara online (Wulandari et al., 2017). Maka terbentuk hipotesis seperti ini:

**H3 : Persepsi Return berpengaruh positif terhadap niat generasi y dan z dalam berinvestasi online**

#### **2.4.4 Pengetahuan Investasi**

Pengetahuan investasi ialah informasi tentang cara menggunakan sebagian dana yang dimiliki untuk mendapatkan return atau yang disebut dengan keuntungan dimasa mendatang. Penjelasan tentang investasi tersebut bisa didapat melalui pembelajaran dari bermacam literature yang telah direkam oleh ingatan manusia (WIBOWO, 2018). Maka pengetahuan yang baik membantu investor memilih jenis investasi yang aman dan menguntungkan, seseorang yang sudah memiliki pengetahuan investasi ia akan cenderung melakukan investasi, sebab semakin tinggi pengetahuan seseorang atas investasi, maka tingkat ketertarikan akan investasi semakin besar pula. Dalam temuan penelitian sebelumnya tentang, hasil riset menyatakan jika pengetahuan investasi yang memadai mempengaruhi niat membeli saham (Setyanta & Kadi, 2020). Maka hipotesis menjadi seperti dibawah:

**H4: Pengetahuan investasi berpengaruh positif terhadap niat generasi y dan z dalam berinvestasi**