



## Adopsi Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Perilaku Minat Generasi Milenial dalam Berinvestasi di Pasar Modal

**Arif Kusnedi Saragih**

(Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)

e-mail: [arifsaragih382@gmail.com](mailto:arifsaragih382@gmail.com)

**Askur Hamid Nasution**

(Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)

email: [askurhamid2245@gmail.com](mailto:askurhamid2245@gmail.com)

**Wicaksana Dwi Prasetyo**

(Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)

e-mail: [wicaksana.nst@gmail.com](mailto:wicaksana.nst@gmail.com)

Korespondensi penulis : [arifsaragih382@gmail.com](mailto:arifsaragih382@gmail.com)

**ABSTRACT.** *This study aims to determine the effect of technology acceptance on the interests of the millennial generation to invest in the capital market. The adoption of the TAM model was used in this study, with a quantitative descriptive method approach, data collection using a questionnaire with a sample of 135 people based on calculations with the Slovin formula. Data were analyzed using smart partial least square. The results of this study provide answers to the proposed hypothesis in which the variable perceived ease of use, perceived usefulness, perceived enjoyment have a positive and significant effect on the variable of behavioral intention to use, then the variable perceived enjoyment and behavioral intention to use also have a positive and significant effect on variables actual to use, but there is one variable that does not significantly influence the effect of the variable perceived usefulness on the variable actual to use. This research clarifies how the role of technology applied in online stock trading can influence the behavior of the interests of investors in the Indonesian capital market, especially among millennials. This research is expected to be useful for the development of science and for the development of capital markets with a clearer understanding of how the TAM model influences the behavior of millennial generation interests to become investors in the capital market.*

**Keywords:** *Technology Acceptance Model (TAM), Millennial Generation, Capital Market.*

**ABSTRAK.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerimaan teknologi terhadap minat perilaku generasi milenial untuk berinvestasi dipasar modal. Adopsi model TAM digunakan pada penelitian ini, dengan pendekatan metode deskriptif kuantitatif, pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan sampel berjumlah 135 orang berdasarkan perhitungan dengan rumus slovin. Data dianalisis dengan menggunakan smart partial least square. Hasil dari penelitian ini telah mengkonfirmasi dan memberikan jawaban pada hipotesis yang di ajukan dimana variabel perceived ease of use, perceived usefulness, perceived enjoyment berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel behavioral intention to use, kemudian variabel perceived enjoyment dan behavioral intention to use juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel actual to use, namun terdapat satu variabel yang tidak berpengaruh signifikan yaitu pengaruh variabel perceived usefulness

terhadap variabel actual to use. Penelitian ini semakin memperjelas Purboyo, Lamsah & Aida Vitria, Adopsi Technology Acceptance....100 bagaimana peranan teknologi yang diterapkan dalam trading online saham dapat mempengaruhi perilaku minat pada investor di pasar modal Indonesia khususnya dikalangan generasi milenial. Penelitian ini diharapkan berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan bagi perkembangan pasar modal dengan pemahaman yang lebih jelas tentang bagaimana model TAM mempengaruhi perilaku minat generasi milenial untuk menjadi investor dipasar modal.

**Kata Kunci:** Technology Acceptance Model (TAM), Generasi Milenial, Pasar Modal

## PENDAHULUAN

Pasar modal merupakan salah satu indikator yang digunakan oleh investor dan pemerintah untuk melihat baik tidaknya kegiatan perekonomian suatu negara, hal ini karena pasar modal mempunyai peran yang sangat penting yaitu pertama sebagai sarana bagi pendanaan usaha atau sebagai sarana bagi perusahaan untuk mendapatkan dana dari masyarakat pemodal (investor), dana ini oleh perusahaan dapat digunakan untuk pengembangan usaha, ekspansi usaha, penambahan modal kerja dan lainnya. Peran kedua pasar modal yaitu sebagai sarana bagi masyarakat untuk berinvestasi pada instrument keuangan yang ada yaitu: saham, obligasi, reksa dana dan lainnya.

Salah satu instrumen pasar modal yang sangat diminati dan mempunyai kapitalisasi yang besar adalah saham, dimana per Desember 2018 kapitalisasi saham berjumlah Rp.7.409,89 triliun, dan jumlah investor per Mei 2019 mencapai sekitar 952.000 naik dari tahun sebelumnya yang berjumlah 852.000 investor (BEI, 2019). Selanjutnya menurut Bursa Efek Indonesia (BEI) berdasarkan laporan Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) per Mei 2019 investor di pasar modal Indonesia didominasi generasi milenial dengan usia 30 tahun kebawah sekitar 40,33%, usia 31-40 tahun sebesar 25,59%, usia 41-50 tahun sebesar 17,87%, usia 51-60 tahun sebesar 10,68% dan sisanya diatas 60 tahun 5.53%. Hal ini berbeda dengan kondisi 10 tahun lalu dimana pasar modal lebih banyak di isi oleh generasi baby boomer dan generasi X.

Tingginya minat generasi milenial untuk menjadi investor di pasar modal tidak terlepas dari peran BEI yang selalu melakukan edukasi tentang pasar modal melalui aktifitas galeri investasi yang berada dikampus, kegiatan Sekolah Pasar Modal (SPM) dan juga terjangkaunya modal awal untuk memulai investasi sehingga hal ini berpengaruh terhadap minat untuk berinvestasi dipasar modal (Purboyo, Zulfikar, & Wicaksono, 2019). Namun keputusan untuk melakukan transaksi juga dipengaruhi oleh faktor lain yaitu faktor eksternal

dan faktor internal (Purboyo & Huda, 2014). Faktor eksternal terdiri dari budaya, subbudaya, demografis, status sosial, kelompok rujukan, keluarga dan aktifitas pemasaran, sedangkan faktor internal terdiri dari persepsi, pengetahuan, memori, motivasi, kepribadian, emosi dan sikap (Hawkins, Best, & Coney, 2004).

Dengan perkembangan teknologi saat ini, transaksi saham sangat mudah dilakukan, berbeda dengan 15- 20 tahun lalu yang masih manual, dulu perdagangan dilakukan dilantai bursa, saham dicetak dengan kertas dan komunikasi dilakukan dengan telepon, transaksi dicatat di papan bursa. Namun saat ini transaksi dilakukan dengan komputer atau smartphone melalui jaringan internet, saham tidak perlu dicetak dikertas karena sudah tercatat elektronik (paperless), transaksi melalui internet dengan online trading menggunakan komputer atau smartphone, semua transaksi dan portofolio investor tercatat secara digital dan dapat diakses kapanpun dan dimanapun melalui aplikasi portofolio investor ataupun melalui akses ke Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), bias jadi inilah yang menjadikan daya Tarik generasi milenial karena generasi milenial sangat familiar dengan penggunaan teknologi 101 Jurnal Wawasan Manajemen, Vol. 8 Nomor 2, 2020 informasi yaitu internet, gawai dan komputer. Transaksi dengan sarana teknologi melalui komputer dan internet dianggap memberikan kemudahan dan manfaat yang dapat dirasakan sehingga dapat mempengaruhi minat konsumen untuk selalu menggunakannya (Davis F. D., 1989); (Lai, 2017).

Saham bisa jadi merupakan investasi yang cocok bagi generasi milenial yang akrab dengan penggunaan gadget dan internet namun hal ini tentunya perlu untuk diteliti lebih lanjut guna mengetahui lebih jauh bagaimana pengaruh teknologi melalui online trading dapat mempengaruhi perilaku minat dan keputusan untuk berinvestasi di pasar modal pada generasi milenial. Model yang dapat diterapkan pada penelitian ini di adopsi dari penelitian yang dibangun Davis yaitu Technology Acceptance Model (TAM) (Davis F. D., 1989).

## **KAJIAN LITERATUR**

Generasi Y adalah generasi yang lahir setelah generasi X, generasi ini dikenal juga dengan istilah generasi milenial, istilah milenial berasal dari kata millennials yang dicetuskan oleh dua pakar sejarah dan penulis Amerika yaitu William Strauss dan Neil Howe yang ditulis dalam beberapa artikelnya (Kominfo, n.d.). Kelompok generasi ini lahir pada rentang awal tahun 1980 sampai dengan tahun 2000 (Lancaster & Stillman, 2002), pendapat lain lahir antara tahun 1978 sampai tahun 2000 (Martin & Tulgan, 2002). Generasi milenial dikenal

dengan pemahaman yang baik dan suka dengan teknologi informasi dan teknologi komunikasi hal ini karena mereka lahir saat internet berkembang pesat atau booming (Putra, 2016). Generasi milenial memiliki beberapa karakteristik yaitu: milenial lebih memilih ponsel dibanding TV, milenial akrab dan punya media sosial, milenial kurang suka membaca secara konvensional, milenial cenderung melakukan transaksi secara cashless, milenial memanfaatkan teknologi informasi, cenderung tidak loyal namun bekerja efektif, dan cenderung konsumtif (Hidayatullah, Waris, Devianti, Wibowo, & Made, 2018)

Model TAM pertama kali diperkenalkan oleh Davis F.D, model ini sebenarnya diadopsi dari model Theory of Reasoned Action (TRA). Model TAM bertujuan diantaranya untuk menjelaskan faktor penerimaan penggunaan teknologi berbasis informasi secara general dan menjelaskan perilaku penggunaannya, Konstruksi TAM yang dirumuskan (Davis F. D., 1989) adalah persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*), niat perilaku (*behavioral intention*), dan kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan (*behavioral intention to use*) dengan tambahan perspektif eksternal seperti pengalaman (*experience*) serta kerumitan (*complexity*). Model TAM juga dikembangkan dari teori psikologis yang menjelaskan perilaku pengguna teknologi informasi yang berlandaskan pada kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), intensitas (*intention*), dan hubungan perilaku pengguna (*user behavior relationship*). Secara empiris model ini telah terbukti dapat memberikan gambaran kepada perilaku pengguna teknologi seperti pada perangkat komputer, smartphone dimana banyak pengguna dapat dengan mudah menerima dan menggunakan teknologi informasi sesuai dengan harapan yang diinginkan (Budiman & Arza, 2013).

Persepsi tentang kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) menurut (Davis F. D., 1989) adalah tingkat dimana keyakinan seseorang bahwa teknologi informasi mudah dipergunakan dan tidak memerlukan usaha yang keras untuk mempelajarinya, teori ini juga didukung oleh (Budiman & Arza, 2013) dan (Yuliyani, Budiman, & Dewi, 2016). Kemudahan penggunaan teknologi adalah konsep yang mendapatkan perhatian pada kepuasan pengguna, dan merupakan ukuran dimana pengguna dimasa yang akan datang menganggap bahwa suatu sistem adalah mempermudah dan bebas hambatan (Wang, Wang, Lin, & Tang, 2003). Konsep ini juga mencakup kejelasan tentang tujuan penggunaan teknologi informasi dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan yang sesuai dengan harapan dan keinginan pemakai. Adapun indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi meliputi kemudahan Purboyo, Lamsah & Aida Vitria, Adopsi Technology Acceptance....102 mempelajari,

mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan pengguna, meningkatkan keterampilan, dan kemudahan pengoperasian (Budiman & Arza, 2013).

Perceived usefulness (Davis F. D., 1989) mendefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya dapat mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Kemudian (Wang, Wang, Lin, & Tang, 2003) menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan (Perceived usefulness) merupakan definisi dimana seseorang percaya dengan menggunakan suatu sistem dapat meningkatkan kinerja mereka. Konsep ini menggambarkan manfaat sistem bagi pemakainya yang berkaitan dengan produktivitas, kinerja, dan efektivitas (Davis F. D., 1989). Menurut Arif (2007) dalam (Budiman & Arza, 2013) dimensi Perceived usefulness terdiri dari dimensi kemanfaatan atau kegunaan yaitu menjadikan pekerjaan lebih baik, bermanfaat, serta menambah produktivitas. Sedangkan dimensi efektivitas yaitu mempertinggi efektivitas dan mengembangkan kinerja pekerjaan.

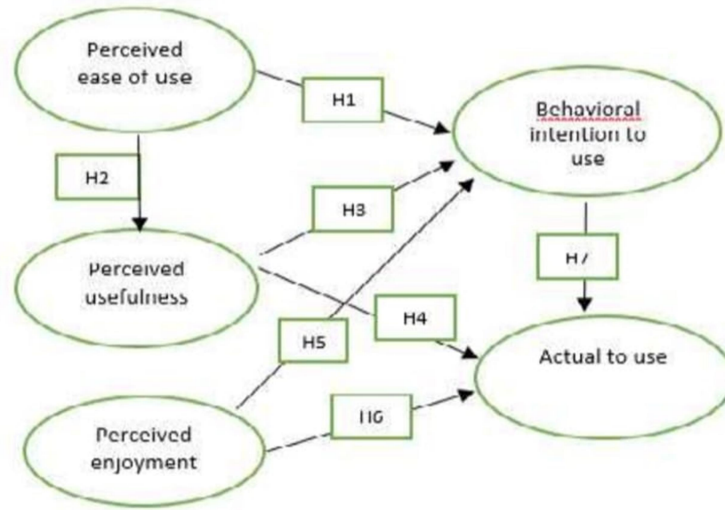
(Pikkarainen, Kari, Heikki, & Seppo, 2004) menyatakan bahwa enjoyment merupakan tingkatan dimana aktivitas penggunaan sistem komputer dirasakan menyenangkan dalam diri mereka, disamping nilai dari alat teknologi itu sendiri. Enjoyment merupakan aspek kenyamanan yang tinggi pada seseorang ketika melakukan interaksi dengan teknologi informasi. Perceived enjoyment merupakan faktor utama yang mendorong pengguna untuk menggunakan teknologi baru (Davis F. D., 1993). Penggabungan dari aspek hedonis penggunaan teknologi yaitu Komputer dan internet dapat memperluas model TAM untuk mencakup enjoyment yang dirasakan sebagai penentu motivasi tambahan penerima. Kenyamanan yang dirasa atau sejauh mana aktivitas menggunakan teknologi mampu memberikan penguatan pada dirinya sendiri, terlepas dari apapun konsekuensi kinerja yang dapat diantisipasi (Sandra Dewi & Santika, 2018)

Behavioral Intention to Use adalah perilaku yang cenderung untuk tetap menggunakan suatu teknologi (Davis F. D., 1989), minat perilaku untuk tetap mempergunakan teknologi ini sesungguhnya dipengaruhi dari kemudahan, kegunaan dan kenyamanan dari teknologi itu sendiri. Terdapat beberapa indikator untuk mengukur minat menggunakan teknologi yaitu untuk menyelesaikan pekerjaan (carrying out the task) dan rencana pemanfaatan dimasa depan (planned utilization in the future) (Gardner & Amoroso, 2004). Actual to use adalah perilaku nyata dalam menggunakan suatu sistem, actual system usage didefinisikan sebagai bentuk respon psikomotor eksternal yang diukur oleh seseorang dengan penggunaan secara nyata dan terus menerus (Davis F. D., 1989). Terdapat tiga

indikator untuk mengukur actual to use yaitu penggunaan sesungguhnya dimana pengguna benar – benar menggunakan sistem tersebut, frekuensi adalah pengguna sering menggunakan sistem dan terakhir adalah kepuasan pengguna yang ditunjukkan pada sikap dan motivasi untuk menggunakan dan menyampaikan kepada orang lain (Wibowo, 2008).

## **KERANGKA PIKIR**

Penelitian ini berangkat dari teori model TAM yang pertama kali di perkenalkan oleh Davis. Model TAM ini terus berkembang seiring dengan penelitian lanjutan yang dilakukan beberapa peneliti lainnya. seperti Bogozzi and Warshaw, 1989; Venkatesh and Davis, 1996; Venkatesh and Davis, 2000; Venkatesh and Bala, 2008; Fuad, 2013; Yuliyani, 2016; PC Lai 2017, namun penelitian sebelumnya belum ada yang mengambil objek pada investor pasar modal khususnya di kalimantan selatan. Pada penelitian ini peneliti mengkombinasikan beberapa variabel untuk pengembangan pada penelitian ini. Kerangka berpikir didasarkan dari teori bahwa niat untuk menggunakan sistem teknologi dan keputusan untuk menggunakan sistem pada transaksi secara online ataupun transaksi dipasar modal tidak terjadi secara tiba-tiba, namun hal tersebut dapat terjadi melalui proses dan pengaruh beberapa faktor yang dipertimbangkan oleh calon investor, faktor – faktor yang mempengaruhi tersebut antara lain persepsi kemudahan (perceived ease of use), manfaat yang dirasakan (perceived usefulness) dan persepsi kenyamanan (perceived enjoyment) pada saat menggunakan sistem dan saat bertransaksi. Berdasarkan telaah literatur diatas maka dapat dibuat kerangka pikir dengan mengadopsi model TAM yang dikembangkan untuk penelitian ini sebagai berikut :



**Gambar.1.**

**Kerangka pikir yang diadopsi dari model TAM**

**METODE PENELITIAN**

**Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah investor saham yang berada di Kalimantan Selatan dimana menurut data KSEI bahwa jumlah investor saham di Kalsel per Juni 2019 berjumlah 6.448 orang. Sampel yang diteliti diambil pada usia generasi milenial dengan jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 135 yang diperoleh dengan rumus slovin yaitu:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot 1 - \alpha / 2 \cdot P (1-P)}{(N-1) d^2 + Z^2 \cdot 1 - \alpha / 2 \cdot P (1-P)}$$

Dimana:

n = Besar sampel minimum

Z = Nilai distribusi normal baku (tabel Z) pada  $\alpha = 0.05$

P = Proporsi di populasi

d = Kesalahan (absolute) yang dapat di tolerir

N = Besar populasi

Dengan proporsi populasi 10% dan tingkat kesalahan absolut yang dapat ditolerir adalah 5% maka besar sampel minimum yang di gunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{6.448 \times (1,96)^2 \times 0,1 \times 0,9}{\dots} = 135 \text{ sampel}$$

$$6.448 \times (0,05)^2 + (1,96)^2 \times 0,1 \times 0,9$$

### **Metode Pengambilan Data dan Teknik Analisis Data**

Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dan jawaban responden diukur menggunakan skala likert, dengan rentang jawaban sangat setuju sampai dengan sangat tidak setuju. Teknik analisis data yang digunakan adalah SEM berbasis komponen atau varians Partial Least Square (PLS) dengan bantuan software Smart PLS. SEM memiliki fleksibilitas yang lebih tinggi bagi peneliti untuk menghubungkan antara teori dan data (Ghozali, 2008), (Ringle, 2015).

### **Outer Model (Model Measurement)**

Model ini menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikator – indikator, atau mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Uji yang dilakukan pada outer model adalah:

Convergent Validity, Uji ini adalah untuk melihat validitas indikator, dimana nilai loading faktor pada variabel laten dengan indikator-indikator diharapkan  $> 0,7$  namun untuk penelitian pertama nilai loading faktor diatas  $0,5$  masih dianggap valid ( Ghozali, 2008) (Wati, 2018). Discriminant Validity, Uji ini untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu membandingkan nilai loading yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai loading dengan konstruk yang lain (Wati, 2018) Composite Reliability dan Nilai AVE, Data yang memiliki composite reliability  $> 0,8$  mempunyai reliabilitas yang tinggi dan Average Variance Extracted (AVE) diharapkan  $> 0,5$  (Ghozali, 2008; Wati 2018).

Cronbach Alpha, Uji Reliabilitas diperkuat dengan nilai Cronbach Alpha dengan nilai  $> 0,6$  untuk semua konstruk (Wati, 2018).

### **Inner Model (Model Structural)**

Uji pada model structural untuk menguji hubungan antara konstruk laten, ada beberapa uji untuk model structural antara lain:

R Square pada Konstruk Endogen, Nilai R Square adalah koefisien determinasi pada konstruk endogen dimana nilai R Square  $0,67$  kuat,  $0,33$  moderat,  $0,19$  lemah (Wati, 2018)



Estimate for Path Coefficient, Merupakan nilai koefisien jalur atau besarnya hubungan / pengaruh konstruk laten, dilakukan dengan prosedur bootstrapping.

### **Pengujian Hipotesis**

Dalam pengujian hipotesis ini dapat dilihat dari nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Untuk pengujian hipotesis yaitu dengan menggunakan nilai statistik maka untuk alpha 5% nilai t- statistik yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan/penolakan hipotesis adalah  $H_a$  diterima dan  $H_0$  di tolak ketika t-statistik  $> 1,96$ . Untuk menolak/menerima hipotesis menggunakan probabilitas maka  $H_a$  di terima jika nilai  $p < 0,05$ . (Ghozali, 2008).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Analisis Model Pengukuran (Outer Loading)**

Analisis model pengukuran dilakukan melalui empat tahap pengujian, yaitu individual item reliability, internal consistency reliability, average variance extracted dan discriminant validity (Henseler et.al 2009; Hair et.al.2012).

### **Uji Individual Item Reliability**

Dari hasil uji didapatkan loading faktor sebagai berikut:

**Tabel 1. Hasil Uji Loading Factor**

Indicator	Actual to use	Behavioral intention to use	Perceived ease of use	Perceived enjoyment	Perceived usefulness
actual_use1	0,822				
actual_use2	0,829				
actual_use3	0,869				
actual_use4	0,771				
actual_use5	0,805				
ease_use1			0,712		
ease_use2			0,811		
ease_use3			0,712		
ease_use4			0,776		
ease_use5			0,746		
enjoyment1				0,780	
Enjoyment2				0,802	
Enjoyment3				0,731	
Enjoyment4				0,782	

Adopsi Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Perilaku  
Minat Generasi Milenial dalam Berinvestasi di Pasar Modal

Enjoyment5				0,774	
intention1		0,659			
Intention2		0,837			
Intention3		0,790			
Intention4		0,595			
Intention5		0,730			
usefulness1					0,749
Usefulness2					0,774
Usefulness3					0,737
Usefulness4					0,784
Usefulness5					0,703

Sumber: Data diolah, 2020

Dari hasil uji outer loading faktor terlihat bahwa semua indikator nilainya diatas 0,50 sehingga indikator tersebut dianggap cukup mampu dalam mengkonstruksi variabel yang ada.

### Uji Discriminant Validity

Ukuran discriminant validity adalah bahwa nilai Variabel akar harus lebih tinggi daripada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya.

**Tabel 2. Hasil Uji Discriminant Validity**

Variabel	Actual to use	Behavioral Intention to use	Perceived ease of use	Perceived enjoyment	Perceived usefulness	Keterangan
Actual to use	0,820					Valid
Behavioral intention to use	0,699	0,727				Valid
Perceived ease of use	0,687	0,620	0,752			Valid
Perceived enjoyment	0,742	0,686	0,643	0,774		Valid
Perceived usefulness	0,685	0,672	0,646	0,734	0,75	Valid

Sumber: Data diolah, 2020

Dari hasil uji discriminant validity terlihat bahwa nilai Actual to use sebesar 0,820 mempunyai nilai yang lebih tinggi dari nilai Behavioral intention to use (0,699), Perceived ease of use (0,687), Perceived enjoyment (0,742) dan Perceived usefulness (0,685). Demikian juga dengan variabel Akar lainnya juga mempunyai nilai yang lebih tinggi dari daripada nilai lainnya.

### Uji Internal Consistency Reliability

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan nilai Composite Reliability (CR) dengan ambang batas 0,7.

**Tabel 3. Hasil Uji Composite Reliability**

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability (CR)
Actual system usage	0,878	0,879	0,911
Behavioral intention to use	0,773	0,789	0,847
Perceived ease of use	0,808	0,815	0,867
Perceived enjoyment	0,833	0,837	0,882
Perceived usefulness	0,805	0,810	0,865

Dari tabel 3 terlihat bahwa seluruh nilai CR berada diatas 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah dalam pengujian uji internal consistency reliability.

### Uji Average Variance Extracted (AVE)

Nilai AVE minimal adalah 0,5 menunjukkan ukuran convergent validity yang baik.

**Tabel 4. Hasil Uji Average Variance Extracted**

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Actual to use	0,748
Behavioral intention to use	0,541
Perceived ease of use	0,624
Perceived enjoyment	0,617
Perceived usefulness	0,628

Sumber: Data diolah, 2020

Terlihat bahwa seluruh nilai AVE tidak ada yang dibawah 0,5 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah dalam pengujian average variance extracted.

### Hasil Analisis Model Structural ( Inner Model )

Analisis ini dilakukan dengan beberapa tahapan pengujian yaitu pengujian path coefficient ( $\beta$ ), coefficient of determination ( $R^2$ ), t-test dengan metode bootstrapping (Henseler et.al 2009; Hair et.al.2012; Nugroho et.al. 2016)

### Uji Path Coefficient ( $\beta$ )

Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai ambang batas diatas 0,1 untuk menyatakan bahwa jalur (path) yang dimaksud mempunyai pengaruh dalam model.

**Tabel 5. Hasil Uji Path Coefficient**

Variabel	Actual to use	Behavioral intention to use	Perceived ease of use	Perceived enjoyment	Perceived usefulness
Behavioral intention to use	0,309				
Perceived ease of use		0,222			0,646
Perceived enjoyment	0,389	0,338			
Perceived usefulness	0,191	0,278			

Sumber: Data diolah, 2020

Tabel 5 memperlihatkan terdapat 7 jalur signifikan dimana hal ini sesuai dengan tujuh hipotesis yang diajukan dalam penelitian. Bahwa semua jalur yang ada mempunyai nilai diatas 0,1 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua jalur yang ada mempunyai pengaruh terhadap model.

### Uji Coefficient of Determination ( $R^2$ )

Uji ini dilakukan untuk menjelaskan varian dari tiap target variabel endogen, berikut ini adalah hasil pengukuran yang dapat dilihat pada tabel 6.

**Tabel 6. Hasil Uji Path Coefficient**

Variabel	R Square
Actual to use	0,636
Behavioral intention to use	0,555
Perceived usefulness	0,417

Sumber: Data diolah, 2020

Hasil di atas memperlihatkan bahwa variabel actual to use mempunyai nilai R Square 0,636 (63,6%) ini berarti kemampuan menjelaskan variabel dependen actual to use adalah kuat pada tingkat sebesar 63,6%. Variabel dependen behavioral intention to use mempunyai nilai R Square 0,555 (55,5%) ini berarti kemampuan menjelaskan variabel dependen behavioral intention to use adalah kuat pada tingkat sebesar 55,5%, selanjutnya variable

perceived usefulness mempunyai nilai R Square 0,417 (41,7%) ini berarti kemampuan menjelaskan variabel dependen perceived usefulness adalah moderat pada tingkat sebesar 41,7%.

### Hasil Uji t-test

Pengujian ini dilakukan dengan metode bootstrapping menggunakan uji two-tailed dengan tingkat signifikansi P Values 0,05 (5%) untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini. Hipotesis akan diterima jika memiliki t-test lebih besar dari 1,96 dan P Values dibawah 0,05.

**Tabel 7. Hasil Uji t-test**

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T-Statistik ( O/STDEV )	P Values
Behavioral intention to use -> Actual to use	0,309	0,310	0,089	3,493	0,001
Perceived ease of use -> Behavioral intention to use	0,222	0,225	0,086	2,579	0,010
Perceived ease of use -> Perceived usefulness	0,646	0,652	0,066	9,849	0,000
Perceived enjoyment -> Actual to use	0,389	0,382	0,109	3,570	0,000
Perceived enjoyment -> Behavioral intention to use	0,338	0,345	0,097	3,500	0,001
Perceived usefulness -> Actual to use	0,191	0,199	0,112	1,695	0,091
Perceived usefulness -> Behavioral intention to use	0,278	0,272	0,104	2,668	0,008

Sumber: Data diolah, 2020

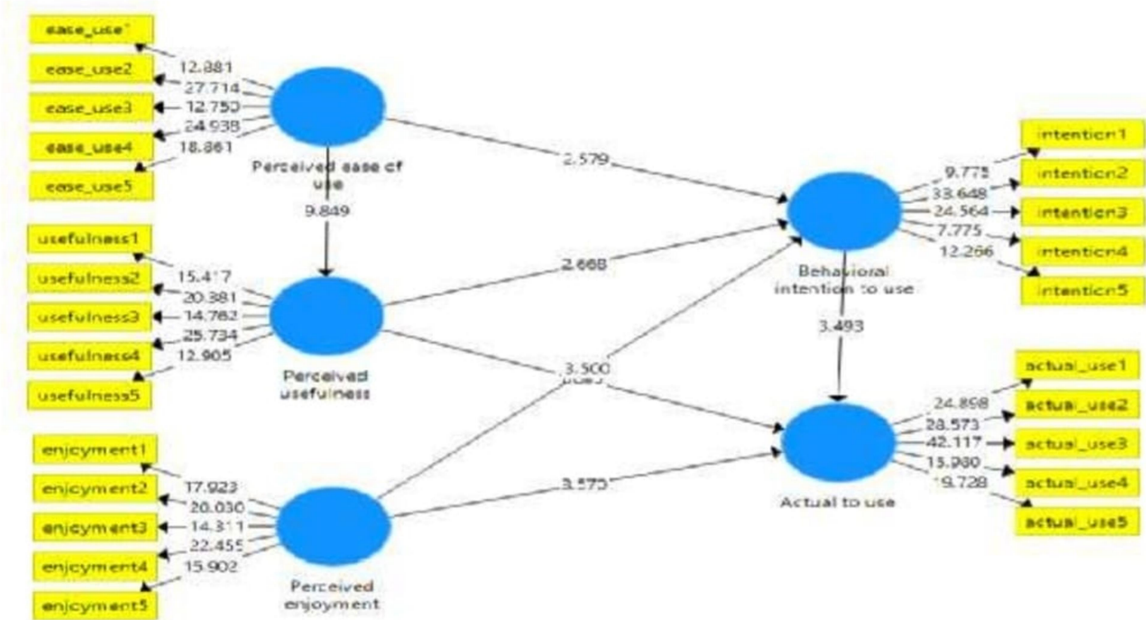
Hasil t-test menunjukkan bahwa nilai t-test berada diatas 1,96 dan P Values atau tingkat signifikansi yang dipersyaratkan dibawah 0,05 namun ternyata terdapat satu hipotesis yang nilai P Value berada dibawah 0,05 yaitu pengaruh Perceived usefulness terhadap Actual to use dengan nilai P values 0,091.

### Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk melihat tingkat signifikansi dan apakah hipotesis dapat diterima atau ditolak dan melihat model penelitian (path model). Pengujian hipotesis mensyaratkan tingkat signifikansi dapat dilihat pada nilai P value pada tingkat signifikansi

Adopsi Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Perilaku Minat Generasi Milenial dalam Berinvestasi di Pasar Modal

dibawah 0,05 dan hasil uji t-test diatas 1,96. Hasil pengujian hipotesis dan model penelitian dapat dilihat dibawah ini.



Gambar 2. Diagram Path Pengujian Hipotesis

Sumber: Data diolah Smart Pls, 2020

Tabel 8 Pengujian Hipotesis

No	Hipotesis	Variabel	Koefisien Parameter	t-test	P Values	Hasil	Keterangan Hipotesis
1	H2	Perceived ease of use -> Behavioral intention to use	0,222	2,579	0,010	Signifikan	Diterima
2	H2	Perceived ease of use -> Perceived usefulness	0,646	9,849	0,000	Signifikan	Diterima
3	H3	Perceived usefulness -> Behavioral intention to use	0,278	2,668	0,008	Signifikan	Diterima
4	H4	Perceived usefulness -> Actual to use	0,191	1,695	0,091	Tidak Signifikan	Ditolak
5	H5	Perceived enjoyment -> Behavioral	0,338	3,500	0,001	Signifikan	Diterima

		intention to use					
6	H6	Perceived enjoyment -> Actual to use	0,389	3,570	0,000	Signifikan	Diterima
7	H7	Behavioral intention to use -> Actual to use	0,309	3,493	0,001	Signifikan	Diterima

Sumber: Data Primer, 2020

H1: Perceived ease of use berpengaruh signifikan terhadap Behavioral intention to use Berdasarkan hasil analisis struktur model dapat disimpulkan bahwa hipotesis1 (H1) diterima dengan nilai t-test 2,579 dengan tingkat signifikansi P Value sebesar 0,010. Hasil ini sesuai dengan penelitian (Davis F. D., 1989), (Gardner & Amoroso, 2004), (Lai, 2017), yang menyatakan bahwa terdapat hubungan pengaruh positif dan signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) terhadap minat perilaku pengguna sistem (behavioral intention to use).

H2: Perceived ease of use berpengaruh signifikan terhadap Perceived usefulness Berdasarkan hasil analisis struktur model yang dapat disimpulkan bahwa hipotesis2 (H2) diterima dengan nilai t-test 9.849 dengan tingkat signifikansi P Value sebesar 0,000. Hasil ini sesuai dengan penelitian (Davis F. D., 1989), (Vankatesh dan Davis,1996), (Lai, 2017) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan dan pengaruh positif dan signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) terhadap persepsi manfaat (perceived usefulness).

H3: Perceived usefulness berpengaruh signifikan terhadap Behavioral intention to use Berdasarkan hasil analisis struktur model dapat disimpulkan bahwa hipotesis3 (H3) diterima dengan nilai t-test 2,668 dengan tingkat signifikansi P Value sebesar 0,008. Hasil ini sesuai dengan penelitian (Davis F. D., 1989) (Davis F. D., 1993), Gefen (2000), (Wang, Wang, Lin, & Tang, 2003), (Lai, 2017) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan dan pengaruh positif dan signifikan antara persepsi manfaat (perceived usefulness) terhadap minat perilaku pengguna sistem (behavioral intention to use).

H4: Perceived usefulness berpengaruh signifikan terhadap Actual to use Berdasarkan hasil analisis struktur model dapat disimpulkan bahwa hipotesis4 (H4) ditolak dengan nilai t-test 1,695 dengan tingkat signifikansi P Value sebesar 0,091. Hasil ini tidak mendukung hipotesis4 (H4) dan tidak mendukung penelitian (Davis F. D., 1993), (Davis F. D., 1989)

H5: Perceived enjoyment berpengaruh signifikan terhadap Behavioral intention to use Berdasarkan hasil analisis struktur model dapat disimpulkan bahwa hipotesis5 (H5) diterima dengan nilai t-test 3,500 dengan tingkat signifikansi P Value sebesar 0,001. Hasil ini sesuai dengan penelitian (Davis F. D., 1993) (Davis F. D., 1989), (Pikkarainen, Kari, Heikki, & Seppo, 2004), (Sandra Dewi & Santika, 2018) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan dan pengaruh positif secara signifikan antara persepsi kenyamanan (Perceived enjoyment) terhadap minat perilaku pengguna system (behavioral intention to use).

H6: Perceived enjoyment berpengaruh signifikan terhadap Actual to use Berdasarkan hasil analisis struktur model dapat disimpulkan bahwa hipotesis6 (H6) diterima dengan nilai t-test 3,570 dengan tingkat signifikansi P Value sebesar 0,000. Hasil ini sesuai dengan penelitian (Davis F. D., 1993) (Davis F. D., 1989), (Pikkarainen, Kari, Heikki, & Seppo, 2004), (Sandra Dewi & Santika, 2018) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan dan pengaruh positif secara signifikan antara persepsi kenyamanan (Perceived enjoyment) terhadap penggunaan sistem secara nyata (actual to use).

H7: Behavioral intention to use berpengaruh signifikan terhadap Actual to use Berdasarkan hasil analisis struktur model dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H7) diterima dengan nilai t-test 3,493 dengan tingkat signifikansi P Value sebesar 0,001. Hasil ini sesuai dengan penelitian (Davis F. D., 1993), (Davis F. D., 1989), (Yuliyani, Budiman, & Dewi, 2016), (Sandra Dewi & Santika, 2018) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan dan pengaruh positif secara signifikan antara minat perilaku pengguna sistem (behavioral intention to use) terhadap penggunaan sistem secara nyata (actual to use).

### **Implikasi Penelitian**

Berdasarkan hasil temuan dari proses penelitian ini bahwa penerapan sistem aplikasi trading saham secara online yang mengadopsi dari variabel – variabel technology acceptance model (TAM) menemukan beberapa variabel mempengaruhi secara signifikan terhadap perilaku minat pengguna sistem trading saham online. Generasi milenial adalah generasi yang telah akrab dengan penggunaan teknologi berbasis internet dikehidupan sehari-hari baik dalam bersosial seperti penggunaan sosial media (facebook, Instagram, Whatsapps) dan juga dalam aktifitas belanja online melalui e-commerce. Penerapan sistem investasi saham berbasis teknologi dan dilakukan secara online (trading online) terbukti diminati dikalangan



generasi milenial. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dari penelitian ini berdasarkan aspek variabel-variabel yang ada dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Persepsi kemudahan (perceived ease of use) berpengaruh positif dan signifikan terhadap manfaat (perceived usefulness) hal ini mengindikasikan bahwa aspek kemudahan sistem perlu terus ditingkatkan dalam mempermudah trading saham secara online, semakin mudah yang dirasakan oleh pengguna dalam menggunakan sistem maka akan semakin memberikan manfaat yang tinggi bagi pengguna. Pihak perusahaan sekuritas dan bursa efek Indonesia perlu memperhatikan faktor kemudahan dengan membuat sistem agar mudah dipelajari, mudah digunakan, sehingga pengguna mudah menjadi terampil dan mudah dalam bertransaksi.
2. Persepsi kemudahan (perceived ease of use) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku pengguna (behavioral intention to use) hal ini mengindikasikan bahwa semakin mudah dalam melakukan trading saham secara online karena adanya sistem maka akan meningkatkan minat pengguna dalam berinvestasi di pasar saham, untuk itu peningkatan sistem dalam hal aspek kemudahan perlu terus ditingkatkan agar minat para investor semakin tinggi.
3. Persepsi manfaat (perceived usefulness) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku pengguna (behavioral intention to use) hal ini mengindikasikan semakin tinggi manfaat yang dirasakan maka semakin tinggi pula minat perilaku pengguna, hal ini perlu diperhatikan oleh pihak perusahaan sekuritas maupun pihak bursa efek Indonesia yang harus bekerjasama dengan berbagai pihak untuk mengembangkannya sistem yang memberikan manfaat yang semakin tinggi bagi pengguna sehingga pengguna dapat merasakan nilai-nilai manfaat seperti kemanfaatan, aksesibilitas, efisien, dan peningkatan kinerja.
4. Persepsi kenyamanan (perceived enjoyment) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat perilaku pengguna (behavioral intention to use), hal ini mengindikasikan semakin tinggi kenyamanan yang dirasakan maka akan semakin tinggi minat menggunakan sistem, untuk itu perlu dilakukan upaya agar pengguna memahami secara utuh bagaimana sistem dapat dioperasikan misalnya dengan sering dilakukan sosialisasi dan pelatihan secara kontinyu sehingga investor akan semakin tertarik dan berminat dalam menggunakan sistem.
5. Persepsi kenyamanan (perceived enjoyment) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengguna secara (actual to use), hal ini mengindikasikan semakin pengguna

merasa nyaman dengan sistem yang ada maka akan semakin tinggi minat perilaku pengguna, untuk itu perlu dikembangkan sistem yang dapat memberikan kenyamanan yang tinggi bagi pengguna misalnya sistem dapat di akses di semua perangkat handphone, konektifitas yang cepat dan stabil, update sistem yang kontinyu untuk meningkatkan kenyamanan pengguna dan keamanan sistem yang tinggi agar pengguna merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi.

6. Perilaku minat pengguna (behavioral intention to use) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengguna secara nyata (actual to use), hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi minat maka semakin tinggi pula pemakaian sistem oleh para investor saham. Tentunya ini menarik untuk terus dikembangkan agar minat investor tetap tinggi, misalnya dengan dilakukan gathering para investor, motivasi, dan evaluasi sistem secara kontinyu dengan memberikan kesempatan kepada pengguna untuk memberikan umpan balik (feedback) secara berkala bagaimana sistem yang mereka rasakan selama ini dan bagaimana harapan sistem yang diinginkan kedepannya sehingga minat para investor tetap tinggi.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Hasil dari penelitian ini telah mengkonfirmasi dan dapat memberikan jawaban pada hipotesis yang di ajukan dimana variabel perceived ease of use, perceived usefulness, perceived enjoyment berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel behavioral intention to use, kemudian variabel perceived enjoyment dan behavioral intention to use juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel actual to use, namun terdapat satu variabel yang tidak berpengaruh signifikan yaitu pengaruh variabel perceived usefulness terhadap variabel actual to use. Penelitian ini semakin memperjelas bagaimana peranan teknologi yang diterapkan dalam trading online saham dapat mempengaruhi perilaku minat pada investor di pasar modal Indonesia khususnya dikalangan generasi milenial.

### **Saran**

Penelitian ini diharapkan berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan bagi perkembangan pasar modal dengan pemahaman yang lebih jelas tentang bagaimana model TAM mempengaruhi perilaku minat generasi milenial untuk menjadi investor dipasar modal. Namun penelitian ini juga memiliki keterbatasan seperti jumlah sampel yang terbatas dan

masih banyak instrumen atau variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini yang mungkin memiliki tingkat yang lebih baik untuk dapat mengetahui faktor yang mempengaruhi perilaku minat dan keputusan investor untuk berinvestasi di pasar modal.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- BEI. (2019). Sekolah Pasar Modal Tonggak Peningkatan Jumlah Investor. Retrieved 09 07, 2019, from IDX: <https://idx.co.id/berita/press-release-detail/?emitenCode=1045>
- Budiman, F., & Arza, F. I. (2013, April). Pendekatan Technology Acceptance Model Dalam Kesuksesan Implementasi Sistem Informasi Manajemen Daerah. *Jurnal WRA*, 1(1), 87-110.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. Retrieved from [https://www.jstor.org/stable/249008?seq=1/analyze#page\\_scan\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/249008?seq=1/analyze#page_scan_tab_contents)
- Davis, F. D. (1993). User acceptance of information technology: system characteristics, user perceptions and behavioral impacts. *International Journal of Man-Machine Studies*, 38(3), 475-487.
- Gardner , C., & Amoroso, D. L. (2004). Development of an instrument to measure the acceptance of Internet technology by consumers. *System Sciences (HICSS), Annual Hawaii International Conference. IEEE*. doi:10.1109/HICSS.2004.1265623
- Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2014). *PARTIAL LEAST SQUARE Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi 2 (Untuk Penelitian Empiris)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (2004). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. USA: McGraw-Hill/Irwin.
- Hidayatullah , S., Waris, A., Devianti, R. C., Wibowo, I. A., & Made, P. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(2), 240-249. Retrieved from <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jmdk>
- Kominfo. (n.d.). Mengenal Generasi Milenial. Retrieved September 03, 2019, from Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia: [https://www.kominfo.go.id/content/detail/8566/mengenal-generasi-millennial/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/8566/mengenal-generasi-millennial/0/sorotan_media)
- Lai, P. (2017). The Literature Review of Technology Adoption Models and Theories For The Novelty Technology. *JISTEM*, 14(1), 21-38. doi:10.4301/S1807-17752017000100002

- Lancaster, L. C., & Stillman, D. (2002). *When Generations Collide: Who They Are. Why They Clash. How to Solve the Generational Puzzle at Work*. New York: Harper Collins.
- Martin, C. A., & Tulgan, B. (2002). *Managing the Generational Mix*. Amherst, MA: HRD Press.
- Pikkarainen, T., Kari, P., Heikki, K., & Seppo, P. (2004). Consumer acceptance of online banking: an extension of the technology acceptance model. 14(3), 224-2435.  
Retrieved from <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/10662240410542652/full/html>
- Purboyo, P., Zulfikar, R., & Wicaksono, T. (2019). Pengaruh Aktifitas Galeri Investasi, Modal Minimal Investasi, Persepsi Resiko dan Persepsi Return Terhadap Minat Investasi Saham Syariah. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(2), 136-150.  
doi:<http://dx.doi.org/10.20527/jwm.v7i2.182>
- Purboyo, P., & Huda, N. (2014). Pengaruh Faktor Eksternal, Internal dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor di Banjarmasin. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 5(2), 175-188. doi:<http://dx.doi.org/10.20527/jwm.v5i2.129>
- Putra, Y. S. (2016, Desember). Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti*, 9(18), 123-134.  
Retrieved from <http://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/viewFile/142/133>
- Ringle, C. M., Wende, S., dan Becker, J.-M. 2015. "SmartPLS 3." Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.smartpls.com>.
- Sandra Dewi, P. D., & Santika, I. (2018, 4124-4152). Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Niat Beli Ulang Online di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(8). Retrieved from <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/download>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen, Edisi Ketujuh*. Prentice Hall / Indeks.
- Wang, Y. S., Wang, Y. M., Lin, H. H., & Tang, T. I. (2003). Determinants of user acceptance of Internet banking: an empirical study. *International Journal of Service Industry Management*, 4(5), 501-519. Retrieved from <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/09564230310500192/full/html>
- Wati, L. N. (2018). *Metodologi Penelitian Terapan (edisi kedua), Aplikasi SPSS, EVIEWS, Smart PLS dan AMOS*. Jakarta: CV. Pustaka Amri.
- Wibowo, A. (2008). *Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. Konferensi Nasional Sistem Informasi. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/228997997\\_Kajian\\_Tentang\\_Perilaku\\_Pengguna\\_Sistem\\_Informasi\\_Dengan\\_Pendekatan\\_Technology\\_Acceptance\\_Model\\_TAM](https://www.researchgate.net/publication/228997997_Kajian_Tentang_Perilaku_Pengguna_Sistem_Informasi_Dengan_Pendekatan_Technology_Acceptance_Model_TAM)

Yuliyani, Budiman, A., & Dewi, M. S. (2016, Oktober). Generasi Y dan Adopsi Terhadap Internet Banking pada Nasabah di Indonesia Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM). *Wawasan Manajemen*, 4(3), 231-245. Retrieved from <http://jwm.ulm.ac.id/id/index.php/jwm/article/view/97>