

Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Investasi

Khoiru Ummah¹, Khresna Bayu Sangka²

^{1,2} Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

E-mail: khoiruummah@student.uns.ac.id¹⁾

b.sangka@staff.uns.ac.id²⁾

Abstrak

Digitalisasi pada sektor keuangan, khususnya pasar modal, telah mendorong perubahan signifikan dalam perilaku investor, terutama generasi muda seperti mahasiswa. Munculnya berbagai aplikasi investasi digital (misalnya Bibit, Ajaib, Stockbit) telah menjadi alternatif baru dalam berinvestasi. Namun, meskipun tren penggunaan aplikasi investasi meningkat, tidak semua faktor yang mendorong pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut diketahui secara jelas. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan Literasi Keuangan terhadap keputusan untuk tetap menggunakan aplikasi investasi. Penelitian dilakukan terhadap 165 responden yang merupakan mahasiswa Universitas Sebelas Maret yang pernah atau sedang menggunakan aplikasi investasi setidaknya satu kali dengan pemilihan sampel secara non probabilitas. Hipotesis diuji dengan metode analisis regresi linear berganda berbantuan aplikasi SPSS. Studi membuktikan, keputusan untuk tetap menggunakan aplikasi investasi dipengaruhi oleh *perceived usefulness* dan literasi keuangan secara signifikan, sedangkan *perceived ease of use* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan. Kajian ini memberikan kontribusi baru terhadap *Technology acceptance model* (TAM) dan pengembang aplikasi investasi serta institusi pendidikan diharapkan dapat meningkatkan manfaat, kemudahan penggunaan dari aplikasi investasi serta literasi keuangan mahasiswa untuk mendorong penggunaan aplikasi investasi meskipun *perceived ease of use* tidak berpengaruh kepada keputusan untuk tetap menggunakan aplikasi investasi.

Kata kunci: aplikasi investasi; literasi keuangan; TAM; keputusan penggunaan.

Abstract

Digitalization has changed the way an investor transacts in the capital market. The usage of investment applications such as Bibit, Bareksa, Ajaib, Stockbit, IPOT, RTI Business, and so on has become a new trend in financial activities. This research aimed to examine the influence of *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, and *Financial Literacy* towards the decision to continue using investment applications. The research was conducted on 165 respondents who are Sebelas Maret University students who have used or are using investment applications at least once with non-probability sample selection. Hypotheses were tested using multiple linear regression analysis with the help of SPSS application. The study proves that the decision to continue using investment applications is influenced by *perceived usefulness* and *financial literacy* significantly, while *perceived ease of use* has no significant effect. This research makes a new contribution to the *Technology acceptance model* (TAM) and investment application developers and educational institutions are expected to increase the benefits, ease of use of investment applications and financial literacy of students to encourage the use of investment applications even though *perceived ease of use* has no influence on the decision to keep using investment applications.

Keywords: continue using; financial literacy; investment app; TAM.



This is an open access article under the [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

PENDAHULUAN

Teknologi terus berkembang pesat dan mempunyai pembaharuan yang semakin memudahkan manusia dalam beraktivitas, tidak hanya dalam berkomunikasi tetapi juga dalam melakukan kegiatan lainnya. Hal tersebut didukung oleh pesatnya perkembangan telepon seluler dan semakin mudahnya akses internet di Indonesia saat ini. Saat ini sekitar

DOI: <https://doi.org/10.24127/jp>

78,19% masyarakat Indonesia dapat mengakses dan menggunakan internet (APJII, 2023). Seiring dengan berkembang pesatnya teknologi dan internet pada semua kalangan masyarakat turut memudahkan mereka untuk mengakses informasi secara cepat. Salah satu industri yang berinovasi seiring perkembangan teknologi adalah sektor ekonomi dan jasa keuangan (*fintech*). *Fintech* adalah suatu model bisnis yang menggabungkan perbankan tradisional dengan inovasi teknologi (Bank Indonesia dalam Theodorus et al., 2023). Dengan adanya *fintech* di Indonesia dapat memberikan kemudahan bagi para penggunanya dalam hal pembayaran, penyimpanan uang, pinjaman, dan perencanaan keuangan (investasi) yang dapat diselesaikan dengan cepat. Perkembangan teknologi pada masa kini juga berpengaruh terhadap mudahnya akses masyarakat untuk memperoleh informasi mengenai investasi sehingga masyarakat memiliki minat lebih untuk melakukan investasi (Kamal & Apriani, 2022). Terdapat beberapa aplikasi investasi di Indonesia antara lain Bibit, Bareksa, Ajaib, Stockbit, IPOT, RTI Business, dan sebagainya. Aplikasi ini menawarkan hal-hal yang tidak dapat dilakukan oleh investor terdahulu sebelum adanya aplikasi investasi seperti kenyamanan dan kemudahan dalam bertransaksi, update informasi mengenai kondisi pasar saat ini, monitoring kondisi pergerakan aset investor dengan mudah, dan mengecek riwayat transaksi dalam beberapa bulan terakhir secara *real time*.

Investasi bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dengan mempercayakan beberapa harta yang dimiliki saat ini (Pradnyani & Pramitari, 2019). Berdasarkan data KSEI, jumlah investor pasar modal Indonesia pada akhir 2023 mencapai 12,2 juta SID. Artinya, masyarakat Indonesia semakin paham akan pentingnya menabung dan bagaimana menempatkan uangnya pada produk keuangan yang menguntungkan. Mayoritas investor Indonesia saat ini berusia kurang dari 30 tahun dan berprofesi sebagai pegawai negeri, swasta, guru, serta pelajar (KSEI, 2023). Hal tersebut menandakan bahwa generasi muda saat ini mulai tertarik dengan pasar modal sehingga pertumbuhan investor di kalangan generasi muda cukup pesat.

Digitalisasi telah mengubah cara bertransaksi seorang investor pada pasar modal. Adanya *fintech* mampu mengganti kultur pembelian konsumen dan akibatnya dibutuhkan kemajuan *fintech* sebagai penyeimbang (Asyarofah et al., 2023). Penggunaan aplikasi investasi telah menjadi *trend* baru dalam aktivitas keuangan dan dukungan pemerintah diperlukan untuk terus mengawasi aktivitas investasi secara digital. Pada Desember 2020, volume transaksi saham mencapai 524 miliar saham dan pada akhir tahun 2023 volume transaksi saham mencapai 4.731 miliar saham (OJK, 2023). Meningkatnya jumlah investor dan volume transaksi investasi akan menjadi bumerang bagi industri apabila tidak dibarengi dengan literasi keuangan (OJK, 2022). Menurut Pratiwi & Saefullah (2022), literasi keuangan dapat membantu mendukung penggunaan teknologi. Untuk mengetahui kesiapan seorang investor dalam menggunakan aplikasi investasi diperlukan teori penunjang yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM). Berbagai studi sebelumnya menunjukkan bahwa TAM dapat memprediksi perilaku pengguna secara tepat. Model penelitian yang disebut dengan TAM digunakan untuk menentukan tingkat adaptasi teknologi di masyarakat. TAM mengkaji hubungan antara sikap dan niat perilaku dengan dua ukuran penerimaan teknologi yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* (Davis et al., 1989). Tidak hanya relevan untuk memahami penerimaan awal teknologi, TAM juga penting untuk memahami keputusan untuk tetap menggunakannya. Orang yang telah atau sedang menggunakan aplikasi investasi dan berorientasi untuk terus menggunakannya berperan sebagai responden dalam penelitian ini.

Hasil pra-penelitian menunjukkan, 63,3% dari responden (mahasiswa Universitas Sebelas Maret) menyatakan pernah atau sedang melakukan investasi melalui aplikasi investasi. Mahasiswa sebagai generasi muda yang dianggap lebih “melek” terhadap keuangan dan perkembangan teknologi sudah semestinya memiliki pengetahuan keuangan dan teknologi yang lebih baik dari pada generasi sebelumnya. Studi Hidayah & Permana (2023), menyebutkan bahwa intensi penggunaan aplikasi investasi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan. Investasi di *financial technology platform* dipengaruhi oleh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan keamanan (Kurniawan & Helen, 2022). Semakin tinggi tingkat pengetahuan produk, manfaat dan kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh seorang investor, semakin tinggi pula ketertarikan mereka menggunakan aplikasi tersebut. Melalui menu/layanan yang menarik dan mudah dimengerti, aplikasi investasi dapat mendorong peningkatan literasi keuangan.

Penelitian relevan pernah dilakukan sebelumnya oleh Patnaik et al. (2023), Nugroho & Apriliana (2022), dan Irawan & Sfenrianto (2023). Kajian penelitian Patnaik et al. (2023) menitikberatkan penelitian pada penerimaan pengguna dan kegunaan yang dirasakan pada pembayaran digital dengan menambahkan variabel literasi keuangan, kepercayaan dan privasi serta kualitas layanan, dengan temuan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* memiliki pengaruh pada adopsi teknologi digital secara signifikan, tetapi literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap adopsi teknologi digital. Nugroho & Apriliana (2022) mengkaji pengaruh literasi keuangan islam terhadap penggunaan Gopay dalam kerangka TAM menemukan bahwa literasi keuangan islam, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh kepada pemakaian Gopay. Sementara itu, Irawan & Sfenrianto (2023) menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan tidak berpengaruh pada penggunaan aplikasi, serta lebih dipengaruhi oleh hal-hal yang bersifat finansial dan risiko yang ditimbulkan.

Kajian ini mempunyai tujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan literasi keuangan kepada keputusan untuk tetap menggunakan aplikasi investasi. Hasil kajian akan membantu perusahaan pengembang aplikasi investasi dan lembaga pendidikan untuk dapat fokus pada peningkatan literasi keuangan, peningkatan manfaat dan kemudahan penggunaan untuk mendukung tingkat penggunaan aplikasi investasi dengan menyediakan fitur-fitur yang relevan dan bermanfaat, menyederhanakan navigasi, menambahkan panduan interaktif, dan memastikan bahwa fitur-fitur penting mudah diakses oleh pengguna.

METODE PENELITIAN

Pendekatan kuantitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini. Penelitian dilakukan di Universitas Sebelas Maret pada bulan Januari hingga Juli 2024. Sampel diambil menggunakan teknik *purposive sampling* dan respondennya adalah mahasiswa Universitas Sebelas Maret yang pernah atau sedang menggunakan aplikasi investasi setidaknya satu kali. Dalam penelitian ini, jumlah populasi yang dibutuhkan peneliti belum diketahui sehingga pengukuran sampel menggunakan rumus *unknown population* oleh Lameshow dan diperoleh sampel sebanyak 165 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan dua metode, yakni tes dengan model penentuan skor skala Guttman untuk mengukur variabel literasi keuangan dan kuesioner dengan model penentuan skala Likert untuk mengukur variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan

keputusan penggunaan aplikasi investasi yang dibagikan dengan *google form*. Uji hipotesis dikerjakan dengan menggunakan regresi linear berganda melalui SPSS 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini menyertakan 165 responden mahasiswa Universitas Sebelas Maret yang pernah atau sedang menggunakan aplikasi investasi setidaknya satu kali. Profil responden ditunjukkan oleh tabel 1. Responden penelitian lebih banyak perempuan (62,42%) dari pada laki-laki (37,58%) dan sebagian besar berusia 21 - 25 Tahun (79,39%). Responden yang menerima uang saku atau pendapatan dibawah Rp500.000 sebanyak 63 orang (38,18%), Rp500.000 hingga Rp1.000.000 sebanyak 56 orang (33,93%), dan di atas Rp1.000.000 sebanyak 46 orang (27,87%). Sebagian besar responden (75,15%) menggunakan aplikasi investasi 1-5 kali dalam sebulan. Kelompok *late adopter* yakni responden yang menggunakan aplikasi investasi dibawah enam bulan sebanyak 40%, sedangkan kelompok *early adopter* yakni pengguna aplikasi investasi di atas 12 bulan sebanyak 16,96%.

Tabel 1. Profil Responden

	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	62	37,58%
	Perempuan	103	62, 42%
Usia	16-20 tahun	32	19,39%
	21-25 tahun	131	79,39%
	> 25 tahun	2	1,21%
Pendapatan Per Bulan	<Rp500.000	63	38,18%
	Rp500.000 – Rp1.000.000	56	33,93%
	>Rp1.000.000	46	27,87%
Penggunaan Rata-rata Per Bulan	1 – 5 kali	124	75,15%
	5 – 10 kali	27	16,36%
	> 10 kali	14	8,48%
Lama Penggunaan	< 6 bulan	66	40%
	6 – 12 bulan	28	43,03%
	>12 bulan	71	16,96%

Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Investasi

Perhitungan dan analisis data menunjukkan *Perceived Usefulness* berpengaruh secara signifikan kepada Keputusan Penggunaan Aplikasi Investasi sehingga hasil penelitian sesuai dengan hipotesis pertama (H_1) yang diajukan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil persamaan regresi yang diperoleh yaitu 0,366 dan hasil uji t variabel *Perceived Usefulness* adalah 6,563 serta signifikansinya 0,000 ($< 0,05$). Artinya, apabila *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) naik maka keputusan untuk tetap menggunakan aplikasi investasi akan ikut meningkat.

Mahasiswa menikmati penggunaan aplikasi investasi karena dapat memberikan dampak bagi mereka sehingga mampu meningkatkan produktivitas dalam kesehariannya. Melalui penggunaan aplikasi investasi juga mampu mempermudah seorang individu untuk melakukan transaksi investasi dengan proses yang lebih cepat. Tingginya manfaat dalam suatu aplikasi investasi memungkinkan penggunaan aplikasi investasi yang

DOI: <https://doi.org/10.24127/jp>

berpengalaman tetap menggunakan aplikasi tersebut di masa mendatang. Sehingga apabila aplikasi investasi mempunyai banyak *fitur* maka *perceived usefulness* menjadi salah satu faktor pertimbangan seorang individu dalam membuat keputusan untuk tetap menggunakan aplikasi investasi. Selain itu, dengan manfaat yang diperoleh dari penggunaan aplikasi investasi akan membuat penggunaannya sering menggunakan aplikasi, menggunakannya di masa mendatang, dan akan merekomendasikannya kepada orang lain.

Dalam konteks aplikasi investasi, mahasiswa yang merasa bahwa aplikasi tersebut dapat membantu mereka, cenderung lebih tertarik untuk menggunakan aplikasi tersebut (Davis, 1989). Pengguna yang merasa aplikasi ini membantu mereka mencapai tujuan keuangan mereka cenderung lebih setia dan termotivasi untuk tetap menggunakan aplikasi itu. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu (Andrea & Suroso, 2022; Kandifar & Retnowardhani, 2023; Lee et al., 2022; Sujatmiko & Prisma, 2022) yang menunjukkan *perceived usefulness* berdampak positif pada adopsi aplikasi investasi.

Pengaruh *Perceived Ease of Use* Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Investasi

Berdasar analisis data yang dilakukan, ditemukan *Perceived Ease of Use* tidak memiliki pengaruh signifikan kepada Keputusan Penggunaan Aplikasi Investasi, maka hipotesis kedua (H_2) ditolak serta hasil penelitian tidak mendukung hipotesis yang telah diajukan sebelumnya. Hal itu dibuktikan melalui hasil persamaan regresi yang diperoleh sebesar 0,094 dan hasil uji t variabel ini sebesar 1,562 serta signifikansinya 0,120 ($> 0,05$). Hasil penemuan ini berbeda dengan studi sebelumnya yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* berdampak positif terhadap penerimaan teknologi (Davis, 1989).

Tingkat kemudahan penggunaan tidak berpengaruh pada keputusan untuk tetap menggunakan aplikasi investasi. Dengan kata lain, apabila suatu aplikasi investasi menyediakan kemudahan maka penggunaan aplikasi investasi tidak dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan tersebut. Meskipun pengguna merasa mudah dalam menggunakan aplikasi investasi, bukan berarti mereka akan sering menggunakan aplikasi investasi, akan menggunakan di masa mendatang atau merekomendasikannya kepada orang lain. Hal tersebut selaras dengan temuan dari penelitian Kurniawan & Helen (2022), yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan yang ditawarkan oleh aplikasi investasi tidak dianggap sebagai suatu hal yang unik dan mengesankan hingga dapat menarik pengguna untuk berinvestasi melalui aplikasi.

Mahasiswa UNS mungkin sudah terbiasa dengan penggunaan teknologi dan aplikasi digital dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, kemudahan penggunaan aplikasi investasi dianggap sebagai standar dasar yang diharapkan sehingga tidak menjadi faktor penentu utama dalam keputusan mereka untuk tetap menggunakan aplikasi investasi. Dalam populasi yang sudah sangat familiar dengan teknologi, *perceived ease of use* cenderung memiliki pengaruh lebih kecil dibandingkan faktor lain seperti *perceived usefulness* (Venkatesh et al., 2012). Mahasiswa kurang mempertimbangkan kemudahan penggunaan karena usia mereka yang tergolong muda sehingga mereka cepat mempelajari hal baru mengenai aplikasi investasi (Kurniawati et al., 2023). Penemuan ini tidak selaras dengan penelitian sebelumnya (Andrea & Suroso, 2022; Lee et al., 2022; Sujatmiko & Prisma, 2022; Winata, 2022) yang menunjukkan *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif pada keputusan penggunaan aplikasi investasi. Namun

DOI: <https://doi.org/10.24127/jp>

penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu (Irawan & Sfenrianto, 2023; Kandifar & Retnowardhani, 2023; Kurniawan & Helen, 2022; Kurniawati et al., 2023) yang menyebutkan *perceived ease of use* tidak memiliki pengaruh signifikan kepada keputusan penggunaan aplikasi investasi.

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Investasi

Dari analisis data yang dilakukan membuktikan Literasi Keuangan memiliki pengaruh kepada Keputusan Penggunaan Aplikasi Investasi secara signifikan maka hasil penelitian selaras dengan hipotesis ketiga (H_3) yang diajukan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil persamaan regresi yang diperoleh yaitu sebesar 0,161 dan hasil uji t adalah 2,760 serta signifikansinya 0,006 ($< 0,05$). Dengan kata lain, jika literasi keuangan meningkat, keputusan untuk tetap menggunakan aplikasi investasi cenderung mengalami kenaikan. Literasi keuangan yang bagus dapat meningkatkan kemampuan dalam menghasilkan keputusan keuangan yang lebih baik dan bijaksana (Lusardi & Mitchell, 2014).

Pada studi ini, variabel literasi keuangan diukur menggunakan dua pendekatan yaitu tes dan kuesioner dengan skala likert. Berdasarkan metode tes, rata-rata persentase jawaban yang benar adalah sekitar 35%. Nilai rata-rata untuk setiap indikator berada di bawah 50%. Sejauh ini, indikator yang mendapatkan skor tertinggi adalah pengetahuan umum dengan 43,9% responden menjawab pertanyaan dengan benar. Sedangkan indikator yang paling lemah adalah investasi dimana sekitar 21,2% responden menjawab pertanyaan dengan benar. Namun, peneliti juga menemukan fakta bahwa berdasarkan metode kuesioner dengan skala likert, lebih dari 60% mahasiswa telah melakukan pencatatan keuangan yang memadai, membelanjakan uang lebih sedikit dari pendapatannya, mempunyai asuransi yang memadai, serta merencanakan dan melakukan investasi secara teratur. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara pengetahuan keuangan yang dimiliki dengan tindakan keuangan yang dilakukan.

Hasil serupa juga didapatkan oleh Chen & Volpe (1998), hasil penelitiannya menunjukkan, baik responden dengan pengetahuan keuangan yang tinggi maupun rendah berpendapat bahwa melakukan pencatatan keuangan yang memadai, membelanjakan uang lebih sedikit dari pendapatannya, mempunyai asuransi yang memadai, serta merencanakan dan melakukan investasi secara teratur adalah suatu hal yang penting. Selain itu, mereka juga melakukan atau mempraktikkannya. Literasi keuangan yang baik memungkinkan mahasiswa untuk menguasai konsep dasar investasi, risiko, dan manfaat yang berkaitan dengan penggunaan aplikasi investasi (Lusardi & Mitchell, 2014). Mahasiswa yang mempunyai literasi keuangan yang bagus cenderung menggunakan aplikasi investasi sebagai alat bantu dalam mengelola portofolionya (Hastings et al., 2013). Penemuan ini selaras dengan penemuan terdahulu (Hidayah & Permana, 2023; Irawan & Sfenrianto, 2023; Kandifar & Retnowardhani, 2023) yang membuktikan literasi keuangan berdampak positif kepada adopsi aplikasi investasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kajian penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, serta literasi keuangan kepada keputusan untuk tetap menggunakan aplikasi investasi. Hasilnya menunjukkan bahwa keputusan untuk tetap menggunakan aplikasi investasi dipengaruhi oleh *perceived usefulness* yang diberikan oleh aplikasi serta tingkat literasi keuangan yang mereka miliki. Sedangkan *perceived ease of use* tidak

DOI: <https://doi.org/10.24127/jp>

memengaruhi keputusan untuk tetap menggunakan aplikasi investasi. Oleh karena itu, untuk meningkatkan penggunaan aplikasi investasi di kalangan mahasiswa, penting bagi penyedia aplikasi dan lembaga pendidikan untuk memastikan bahwa aplikasi tersebut bermanfaat, mudah digunakan, dan didukung dengan peningkatan literasi keuangan yang memadai. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dorongan untuk peneliti berikutnya guna pengembangan studi lebih lanjut tentang keputusan penggunaan aplikasi investasi dengan tujuan mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif serta hasil yang lebih akurat. Penelitian berikutnya bisa memperluas cakupan dengan mengambil sampel yang lebih luas dari berbagai universitas.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2023). *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. Diperoleh pada 06 Februari 2024 dari <https://www.apjii.or.id>
- Andrea, J. A., & Suroso, J. S. (2022). Analisis faktor-Faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi investasi Reksadana online pada generasi Millennial dan generasi Z. *ITEJ (Information Technology Engineering Journals)*, 7(1), 32–52. <https://doi.org/10.24235/itej.v7i1.99>
- Asyarofah, W., Vidiati, C., & Selasi, D. (2023). Pemahaman berinvestasi melalui financial technology (fintech) pada generasi Gen Z. *Bridging: Journal Of Islamic Digital Economic and Management*, 1(1), 164–171.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128. [https://doi.org/10.1016/s1057-0810\(99\)80006-7](https://doi.org/10.1016/s1057-0810(99)80006-7)
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Hastings, J. S., Madrian, B. C., & Skimmyhorn, W. L. (2013). Financial literacy, financial education and economic outcomes. *Annual Review of Economics*, 5(1), 347–373. <https://doi.org/10.1146/annurev-economics-082312-125807>. FINANCIAL
- Hidayah, N., & Permana, B. (2023). Pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan pembelian pada pemanfaatan layanan jasa keuangan investasi aplikasi Bibit. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(11), 8968–8976. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i11.2743>
- Irawan, B., & Sfenrianto. (2023). Analysis of factors affecting the use of Bibit investment application. *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities*, 6(3), 1763–1778. <https://jurnal.usk.ac.id/riwayat/article/view/34061%0Ahttps://jurnal.usk.ac.id/riwayat/article/viewFile/34061/18917>
- Kamal, M. F., & Apriani, R. (2022). Pengaruh perkembangan teknologi di era digital terhadap investasi dan pasar modal. *JUSTITIA: Jurnal Ilmu Hukum Dan Humaniora*, 9(1), 488–496. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/%0Ahttp://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/Justitia/article/view/4019>
- Kandifar, R., & Retnowardhani, A. (2023). Factors that increase interest in using Mutual

DOI: <https://doi.org/10.24127/jp>

- Fund Application with User Acceptance Approaches. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 101(7), 2698–2711.
- KSEI. (2023). PT Kustodian Sentral Efek Indonesia. Diperoleh pada 12 Februari 2024 dari <https://www.ksei.co.id>
- Kurniawan, R., & Helen. (2022). Faktor yang mempengaruhi minat investasi pada financial technology platform. *Jurnal Ekobistek*, 11(3), 239–245. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i3.379>
- Kurniawati, A. D., Indraswono, C., & Ardana, B. (2023). Technology Acceptance Model: Persepsi dan risiko investasi online Bibit. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 66–80.
- Lee, edmund W. J., Lim, V. S. H., & Ng, C. J. K. (2022). Understanding public perceptions and intentions to adopt traditional versus emerging investment platforms : The effect of message framing and regulatory focus theory on the technology acceptance model. *Telematics and Informatics Reports*, 8(June), 100024. <https://doi.org/10.1016/j.teler.2022.100024>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Nugroho, A. P., & Apriliana, R. M. (2022). Islamic Financial Literacy and Intention to Use Gopay in Yogyakarta: Extended Theory of Acceptance Models. *KnE Social Sciences*, 2022, 329–338. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i10.11370>
- OECD. (2023). *Program For International Student (PISA) 2022 Assessment and Analytical Framework*. OECD Publishing. <https://doi.org/https://doi.org/10.1787/dfc0bf9c-en>
- OJK. (2022). Saat hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022 memacu optimisme. *Otoritas Jasa Keuangan*. [Sikapiuangmu.ojk.go.id](https://sikapiuangmu.ojk.go.id)
- OJK. (2023). *Statistik bulanan pasar modal-Desember 2023*. Jakarta: OJK
- Patnaik, A., Kudal, P., Dawar, S., Inamdar, V., & Dawar, P. (2023). Exploring user acceptance of digital payments in India: An empirical study using an extended Technology Acceptance Model in the fintech landscape. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 18(8), 2587–2597. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.180831>
- Pradnyani, N. D. A., & Pramitari, G. A. A. (2019). Fasilitas online trading dan modal minimal investasi pada minat investasi mahasiswa. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 15(3), 168–174.
- Pratiwi, R. E., & Saefullah, K. (2022). The use of payment technology through financial literacy. *Journal of Digital Innovation Studies*, 1(1), 39–50. <https://doi.org/10.24198/digits.v1i1.38516>
- Sujatmiko, I. D., & Prismana, I. G. L. P. E. (2022). Implementasi Technology Acceptance Model 3 (TAM 3) terhadap kepuasan pengguna aplikasi investasi dan trading saham (Studi kasus: aplikasi mobile IPOT). *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 3(01), 35–44. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/44214%0Ahttps://ejournal.unesa.ac.id>
- Theodorus, F., Patricia, V. I., & Meiryani. (2023). The influence of financial technology, minimum capital, and financial literacy on student investment interest. *E3S Web of Conferences*, 426(01109), 1–9. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202342601109>
- Venkatesh, V., Thong, J. y. ., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of

DOI: <https://doi.org/10.24127/jp>

information technology: Extending the unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2002388

Winata, E. R. (2022). Perilaku investor dalam berinvestasi Cryptocurrency dengan pendekatan Technology Acceptance Model. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(10), 2161–2168. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i10.317>