

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskripsi Data

Sebuah gambaran yang akan digunakan untuk proses analisis selanjutnya atau menguji hipotesis akan membutuhkan deskripsi data. Hal ini dilakukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan kondisi responden sebagai objek pada penelitian ini yang dapat dilihat dari karakteristik responden yaitu jenis kelamin, usia, tempat tinggal, status pekerjaan, pendapatan, jenjang pendidikan, dan perguruan tinggi.

##### 4.1.1. Deskripsi Karakteristik Responden

Untuk membuktikan hipotesis pada penelitian ini, telah dilakukan penelitian terhadap Mahasiswa/Mahasiswi aktif perwakilan dari Generasi Z yang berdomisili di Bandar Lampung yang memiliki niat berinvestasi reksa dana melalui aplikasi *Shopee* dan menggunakan *mobile payments* sebanyak 100 responden. Berikut adalah data karakteristik responden yang disajikan dalam bentuk tabel:

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

NO	JENIS KELAMIN	JUMLAH (ORANG)	PERSENTASE (%)
1	Laki - laki	43	43 %
2	Perempuan	57	57%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diketahui perempuan memiliki jumlah tertinggi yaitu 57 orang, sebagai responden yang memiliki niat untuk berinvestasi pada aplikasi *Shopee* dengan menggunakan *mobile payments* pada Generasi Z di Bandar Lampung.

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	20	13	13
2	21	18	18
3	22	36	36
4	23	18	18
5	24	12	12
6	25	3	3
Total		100	100

Sumber: data diolah pada tahun 2023

Berdasarkan table 4.2 karakteristik responden berdasarkan usia diketahui usia 22 tahun memiliki tingkat tertinggi yaitu sebanyak 36 orang, artinya orang-orang yang memiliki niat berinvestasi reksa dana melalui aplikasi *Shopee* menggunakan *mobile payments* pada Generasi Z di bandar lampung didominasi oleh gen Z berumur 22 tahun

**Table 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal**

No	Tempat tinggal	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Perkotaan	83	83
2	Pedesaan	17	17
Total		100	100

Sumber: Data diolah pada tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan tempat tinggal dapat dilihat bahwa tingkat tertinggi yaitu Generasi Z di Bandar Lampung yang memiliki niat berinvestasi reksa dana melalui aplikasi *Shopee* menggunakan *mobile payments* sebanyak 83 orang tinggal di area perkotaan, artinya sebanyak 83 responden yang memiliki niat berinvestasi tinggal diperkotaan.

**Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

No	Pendapatan	Jumlah (Orang)	Persentase(%)
1	0 – Rp. 3.000.000	79	79
2	Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000	14	14
3	>Rp. 5.000.000	7	7
	Total	100	100

Sumber: Data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan pendapatan diketahui pendapatan 0-Rp. 3.000.000 menempati urutan tertinggi responden yaitu sebanyak 79 responden, artinya Generasi Z di kota Bandar Lampung yang memiliki niat berinvestasi reksa dana didominasi oleh responden dengan jumlah pendapatan 0-Rp. 3.000.000 sebanyak 79 Orang.

**Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

No	Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase(%)
1	D3	3	3
2	S1	92	92
3	S2	5	5
	Total	100	100

Sumber: data diolah pada tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa tingkat tertinggi responden adalah responden dengan Riwayat Pendidikan sarjana atau S1 yaitu 82 orang, artinya Generasi Z yang memiliki niat berinvestasi reksa dana didominasi oleh mahasiswa S1 sebanyak 92 orang.

**Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi**

No	Perguruan tinggi	Jumlah (Orang)	Persentase(%)
1	IBI Darmajaya	40	40
2	UNILA	25	25
3	UBL	12	12
4	TEKNOKRAT	3	3
5	ITERA	20	20
	Total	100	100

Sumber: Data diolah pada tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui bahwa karakteristik responden dengan tingkat tertinggi berasal dari IBI Darmajaya yaitu sebanyak 40 orang, artinya penyebaran kuesioner didominasi oleh Gen Z yang berasal dari IBI Darmajaya sebanyak 40 orang.

#### 4.1.2. Deskripsi Variabel Penelitian

Berikut adalah hasil jawaban kuesioner yang telah disebar kepada 100 responden:

**Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Variabel Norma Subjektif (X1)**

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya berinvestasi Reksa Dana karena pengaruh teman dekat	15	19	33	20	13
2	Saya memilih aplikasi investasi <i>Shopee</i> atas saran dari teman dekat	18	25	18	26	13
3	Saya mampu mengatasi konsekuensi kerugian dari investasi reksa dana yang saya lakukan	21	32	29	13	5
4	Saya mempelajari cara penggunaan fitur keuangan di aplikasi <i>Shopee</i> melalui teman dekat	19	20	31	21	9
5	Saya memahami informasi (Keuntungan dan Kerugian) terkait investasi reksa dana pada aplikasi <i>Shopee</i> .	21	39	25	8	7
6	Saya menganalisis kembali produk favorit investasi reksa dana yang disarankan manajer investasi di aplikasi <i>Shopee</i> sebelum berinvestasi (Reksa dana Pasar Uang, Reksa dana Saham, Reksa Dana Obligasi).	27	30	32	5	6

Sumber: data diolah pada tahun 2023

Dari tabel 4.7 pernyataan yang paling banyak direspon dengan sangat setuju adalah pernyataan 6 yaitu “saya menganalisis kembali produk favorit investasi reksa dana yang disarankan manajer investasi di aplikasi *Shopee* sebelum berinvestasi (reksa dana Pasar Uang, Reksa Dana Saham, Reksa Dana Obligasi)” sebanyak 27 persen atau 27 orang. Sedangkan pernyataan terendah dengan jawaban sangat setuju adalah pernyataan 1 yaitu “saya berinvestasi reksa dana karena pengaruh teman dekat” sebanyak 15 persen atau 15 orang.

**Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)**

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya memahami petunjuk investasi dan cara pembayarannya pada aplikasi <i>Shopee</i> karena jelas dan lugas	34	37	21	5	3
2	Saya berencana investasi pada aplikasi <i>Shopee</i> karena aturan transaksi mudah dipelajari.	25	37	24	9	5
3	Saya menggunakan aplikasi <i>Shopee</i> untuk berinvestasi karena pembayaran dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja (Fleksibel).	40	27	19	9	5
4	Saya menggunakan <i>mobile payments</i> (Transfer Bank/ <i>Shopeepay</i> ) dalam berinvestasi karena praktis/mudah digunakan.	45	29	17	7	2
5	Saya memahami timeline investasi pada aplikasi <i>Shopee</i> karena informasi terkait konfirmasi pembelian dan estimasi unit diterima sangat jelas.	28	33	30	5	4
6	Saya menggunakan metode pembayaran transfer Bank pada aplikasi <i>Shopee</i> karena tersedia berbagai jenis Bank.	47	33	16	1	3

Sumber: data diolah pada tahun 2023

Dari tabel 4.8 dapat diketahui bahwa pernyataan 6 “saya menggunakan metode pembayaran transfer bank pada aplikasi *Shopee* karena tersedia berbagai jenis bank” memiliki jawaban sangat setuju tertinggi yaitu 47 persen atau 47 responden. Sedangkan pernyataan 2 “saya berencana investasi pada aplikasi *Shopee* karena aturan transaksi mudah dipelajari” memiliki jawaban sangat setuju terendah yaitu sebanyak 25 persen atau 25 responden.

**Tabel 4.9 Hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi Manfaat (X3)**

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya berinvestasi menggunakan aplikasi <i>Shopee</i> karena dapat melihat capital gain secara langsung.	24	31	34	8	3
2	Saya memilih transfer Bank sebagai alat pembayaran saat investasi di aplikasi <i>Shopee</i> karena proses lebih singkat/cepat.	41	31	20	6	2
3	Saya percaya bahwa berinvestasi melalui aplikasi <i>Shopee</i> lebih efektif dan efisien karena investasi tersebar diberbagai aset untuk mengurangi risiko investasi.	30	31	31	6	2
4	Saya mengetahui jenis produk Investasi terbaik pada aplikasi <i>Shopee</i> karena terdapat informasi terkait produk pilihan dan produk favorit.	26	31	33	8	2
5	Saya menyukai fitur aplikasi <i>Shopee</i> keuangan Reksa Dana karena memberikan informasi terkait tujuan investasi dan alokasi aset dengan jelas.	30	26	32	10	2

Sumber: data diolah pada tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa pernyataan dengan jawaban sangat setuju tertinggi diperoleh pernyataan 2 “saya memilih transfer bank sebagai alat pembayaran saat investasi di aplikasi *Shopee* karena proses lebih singkat/cepat” sebanyak 41 persen atau 41 orang. Sedangkan pernyataan dengan jawaban sangat setuju terendah diperoleh pernyataan 1 “saya berinvestasi menggunakan aplikasi *Shopee* karena dapat melihat capital gain secara langsung” dengan sebanyak 24 persen atau 24 orang.

**Tabel 4.10 Hasil Jawaban Responden Variabel Niat Berinvestasi (Y)**

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya memilih investasi pada Reksa Dana Pendapatan tetap/ Obligasi karena memiliki risiko sedang/menengah.	25	31	33	9	2
2	Saya memilih investasi pada aplikasi <i>Shopee</i> karena terbebas dari biaya pembelian dan biaya penjualan.	18	41	30	5	6
3	Saya berencana investasi menggunakan aplikasi <i>Shopee</i> karena minimum pembelian Rp. 10.000 (sepuluh ribu rupiah).	36	29	26	5	4
4	Saya memilih produk investasi berdasarkan saran dari fitur produk favorit.	26	29	36	5	4
5	Saya mengalokasikan pendapatan bulanan saya untuk kebutuhan hidup dan tabungan.	40	27	26	5	2
6	Saya menyisihkan 10% pendapatan bulanan untuk investasi.	22	31	27	16	4
7	Saya memahami risiko apa saja yang dapat terjadi saat berinvestasi Reksa Dana (Capital Loss, Likuiditas, Wanprestasi).	29	32	31	8	0
8	Saya berencana investasi minimal Rp. 100.000 (Seratus ribu rupiah) perbulan.	25	26	28	17	4
9	Saya mampu mengatasi risiko kerugian dengan cara diversifikasi investasi.	21	29	37	11	2

Sumber: data diolah pada tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.10 jawaban responden sangat setuju tertinggi diperoleh pernyataan 5 “saya mengalokasikan pendapatan bulanan saya untuk kebutuhan hidup dan investasi” sebanyak 40 persen atau 40 responden. Sedangkan responden yang menjawab sangat setuju terendah diperoleh pernyataan 2 “saya memilih investasi pada aplikasi *Shopee* karena terbebas dari



biaya penjualan dan biaya pembelian.” Sebanyak 18 persen atau 18 responden.

## 4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

### 4.2.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas adalah alat untuk mengukur apakah angket yang disebarakan valid atau tidak sebelum melakukan pengolahan data. Uji validitas pada penelitian ini menghitung data yang akan digunakan dan proses pengujiannya akan dilakukan menggunakan IBM SPSS 25. Kriteria dalam pengujian ini menggunakan P value atau nilai signifikansi sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi  $< 0.05$ , maka data dinyatakan Valid
2. Jika nilai signifikansi  $> 0.05$ , maka data dinyatakan Tidak Valid

#### a. Norma Subjektif

Variabel norma subjektif (X1) memiliki 6 butir pernyataan yang akan di uji validitasnya. Berikut adalah hasil uji validitas norma subjektif:

**Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Norma Subjektif (X1)**

Pernyataan	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
X1.1	0.000	0.05	Sig < alpha	Valid
X1.2	0.000	0.05	Sig < alpha	Valid
X1.3	0.000	0.05	Sig < alpha	Valid
X1.4	0.000	0.05	Sig < alpha	Valid
X1.5	0.000	0.05	Sig < alpha	Valid
X1.6	0.000	0.05	Sig < alpha	Valid

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.11 hasil uji validitas variabel norma subjektif (X1) diketahui bahwa sebanyak 6 butir pernyataan dinyatakan valid, artinya nilai signifikansi dari 6 butir pernyataan tersebut memiliki nilai kurang dari 0.05 atau nilai signifikansi  $< \alpha$  (0.05), maka data dinyatakan valid.



**b. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)**

Variabel persepsi kemudahan penggunaan (X2) memiliki 6 butir pernyataan yang siap di uji validitasnya. Berikut adalah hasil uji validitasnya:

**Tabel 4.12 Hasil uji Validitas Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)**

<b>Pernyataan</b>	<b>Sig</b>	<b>Alpha</b>	<b>Kondisi</b>	<b>Keterangan</b>
X2.1	0.000	0.05	Sig < alpha	Valid
X2.2	0.000	0.05	Sig < alpha	Valid
X2.3	0.000	0.05	Sig < alpha	Valid
X2.4	0.000	0.05	Sig < alpha	Valid
X2.5	0.000	0.05	Sig < alpha	Valid
X2.6	0.000	0.05	Sig < alpha	Valid

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.12 hasil uji validitas variabel persepsi kemudahan penggunaan (X2) diketahui bahwa sebanyak 6 butir pernyataan dinyatakan valid, artinya nilai signifikansi dari 6 butir pernyataan tersebut memiliki nilai kurang dari 0.05 atau nilai signifikansi < alpha (0.05), maka data dinyatakan valid.

**c. Persepsi Manfaat (X3)**

Variabel persepsi manfaat (X3) memiliki 5 butir pernyataan yang akan di uji validitasnya. Berikut adalah asil uji validitas variabel X3:

**Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Manfaat (X3)**

<b>Pernyataan</b>	<b>Sig</b>	<b>Alpha</b>	<b>Kondisi</b>	<b>Keterangan</b>
X3.1	0.000	0.05	Sig < alpha	Valid
X3.2	0.000	0.05	Sig < alpha	Valid
X3.3	0.000	0.05	Sig < alpha	Valid
X3.4	0.000	0.05	Sig < alpha	Valid
X3.5	0.000	0.05	Sig < alpha	Valid

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.13 hasil dari uji validitas 5 pernyataan variabel Persepsi Manfaat (X3) diketahui bahwa semua pernyataan memiliki nilai signifikansi kurang dari 0.05. Dengan demikian 5 butir pernyataan variabel persepsi manfaat (X3) dinyatakan valid.

#### d. Niat Berinvestasi (Y)

Variabel niat berinvestasi memiliki 9 butir pernyataan yang akan diuji validitasnya. Berikut adalah hasil dari uji validitasnya:

**Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Niat Berinvestasi (Y)**

Pernyataan	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Y.1	0.000	0.05	Sig < alpha	Valid
Y.2	0.001	0.05	Sig < alpha	Valid
Y.3	0.000	0.05	Sig < alpha	Valid
Y.4	0.003	0.05	Sig < alpha	Valid
Y.5	0.000	0.05	Sig < alpha	Valid
Y.6	0.000	0.05	Sig < alpha	Valid
Y.7	0.000	0.05	Sig < alpha	Valid
Y.8	0.000	0.05	Sig < alpha	Valid
Y.9	0.000	0.05	Sig < alpha	Valid

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.14 hasil uji validitas variabel Niat Berinvestasi (Y) dinyatakan bahwa semua pernyataan yang berjumlah 9 butir memiliki nilai signifikansi kurang dari 0.05. Dengan demikian, semua pernyataan variabel niat berinvestasi (Y) dinyatakan valid.

#### 4.2.2 Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas, langkah selanjutnya adalah dilakukan uji reliabilitas untuk mengetahui apakah pernyataan dari seluruh variabel dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya, artinya uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur tersebut secara konsisten memberikan hasil yang sama dengan hal dan subjek yang sama. Untuk menguji reliabilitas ini, nilai dapat dilihat dari nilai Alpha Cronbachs. Menurut Imam Gozali, variabel dinyatakan reliabel apabila nilai alpha

cronbachs memiliki nilai lebih dari  $>0.70$ . Berikut adalah daftar intepretasi koefisien r dan hasil dari uji reliabilitas:

**Tabel 4.15 Daftar Koefisien Nilai r**

Koefisien nilai r	Tingkat Reliabilitas
0.8000 – 1.0000	Sangat Tinggi
0.6000 – 0.7999	Tinggi
0.4000 – 0.5999	Sedang/Cukup
0.2000 – 0.3999	Rendah
0.0000 – 0.1999	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono, (2016)

Berikut adalah tabel hasil uji reliabilitas variabel X1, X2, X3 dan Y:

**Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Koefisien Alpha	Koefisien r	Kesimpulan
Norma Subjektif (X1)	0.848	0.8000 - 1.000	Sangat Tinggi
Persepsi Kemudahan (X2)	0.843	0.8000 - 1.000	Sangat Tinggi
Persepsi Manfaat (X3)	0.875	0.8000 - 1.000	Sangat Tinggi
Niat berinvestasi (Y)	0.834	0.8000 - 1.000	Sangat Tinggi

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.16 Hasil uji reliabilitas menyatakan bahwa variabel Norma Subjektif (X1) memiliki nilai Alpha Cronbachs sebesar 0.848 lebih besar dari 0.70 maka dinyatakan bahwa variabel Norma subjektif (X1) memiliki tingkat reliabel sangat tinggi. Variabel Persepsi kemudahan penggunaan (X2) memiliki nilai Alpha Cronbachs 0.843 lebih besar dari 0.70, artinya variabel tersebut memiliki tingkat reliabel yang sangat tinggi. Variabel Persepsi manfaat (X3) memiliki nilai Alpha Cronbachs sebesar 0.875 lebih besar dari 0.70 artinya variabel tersebut memiliki tingkat reliabel yang sangat

tinggi. Variabel niat berinvestasi (Y) memiliki nilai Alpha Cronbach 0.834 lebih besar dari 0.70 artinya variabel tersebut memiliki tingkat reliabel yang sangat tinggi.

### 4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

#### 4.3.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk melihat apakah sampel memiliki distribusi normal atau tidak. Alat uji yang digunakan adalah uji statistic parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Dalam uji normalitas data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 ( nilai sig > 0.05).

**Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
Unstandardize d Residual		
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>		.0000000
	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.00215903
Most	Extreme	.059
Differences	Absolute	.059
	Positive	.047
	Negative	-.059
Test Statistic		.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.17 hasil uji normalitas menyatakan bahwa variabel Norma Subjektif (X1), Persepsi Kemudahan penggunaan (X2), Persepsi Manfaat (X3) dan Niat Berinvestasi (Y) memiliki nilai residual 0.200, artinya

nilai signifikansi  $0.200 > 0.05$  (Alpha), maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual semua variabel berdistribusi normal.

#### 4.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji yang dilakukan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan antara variabel independent ke variabel independent lainnya. Konsep dasar pada pengujian ini adalah model regresi dinyatakan baik apabila tidak terjadi gejala multikolinearitas. Untuk menentukan terjadi atau tidaknya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan VIF.

Berikut adalah kriteria pengujian:

1. Jika nilai tolerance  $> 0.10$ , maka tidak terjadi gejala multikolinearitas  
Jika nilai tolerance  $< 0.10$ , maka terjadi gejala multikolinearitas.
2. Jika Nilai VIF  $< 10.0$ , maka tidak terjadi gejala multikolinearitas.  
Jika Nilai VIF  $> 10.0$ , maka terjadi gejala multikolinearitas.

**Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Norma Subjektif (X1)	0.541	1.847	Tidak ada gejala Multikolinearitas
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	0.303	3.300	Tidak ada gejala Multikolinearitas
Persepsi Manfaat (X3)	0.339	2.946	Tidak ada gejala Multikolinearitas

Sumber: Data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.18 hasil uji multikolinearitas, nilai tolerance dari semua variabel bebas adalah lebih dari 0.10 atau nilai Tolerance  $> 0.10$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas. Begitu juga dilihat dari nilai VIF (Variance Inflation Factor) hasil dari uji multikolinearitas menyatakan bahwa ke 3 variabel bebas (X1, X2, X3) memiliki nilai VIF  $< 10.0$ , artinya berdasarkan nilai VIF maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tidak terjadi gejala multikolinearitas.



#### 4.4 Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda

##### 4.4.1 Hasil Regresi

Pada penelitian ini terdapat 3 Variabel yang akan dilakukan uji analisis regresi linear berganda yaitu Norma Subjektif (X1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2), dan Persepsi Manfaat (X4). Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Berikut adalah hasil dari analisis regresi linear berganda:

**Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi**

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1		
(Constant)	9.088	2.033
TOTAL SKOR PERSEPSI MANFAAT	.658	.164
TOTAL SKOR PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN	.185	.149
TOTAL SKOR NORMA SUBJEKTIF	.365	.103

Sumber: Data Output SPSS 25. tahun 2023

Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$NB = a + b1NS + b2PKP + b3PM + e$$
$$Y = 9.088 + 0.365NS + 0.185PKP + 0.658PM + e$$

Keterangan:

$a$  = Konstanta

$NB$  = Niat Berinvestasi (Y)

$b1NS$  = Norma subjektif (X1)

$b2PKP$  = Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)

$b3PM$  = Persepsi Manfaat (X3)

$e$  = error

$b1, b2, b3$ , = Koefisien regresi

Hasil dari persamaan regresi diatas dijelaskan sebagai berikut:

- Berdasarkan dari tabel 4.20 nilai konstanta sebesar 9.088 artinya jika variabel independen bernilai 0, maka nilai niat berinvestasi sebesar 9.088.
- Berdasarkan Tabel 4.20, Nilai koefisien regresi variabel norma subjektif (X1) sebesar 0.365 dan memiliki nilai positif. Nilai ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan norma subjektif sebesar 1 satuan maka niat berinvestasi meningkat sebesar 0.365. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi norma subjektif, maka semakin tinggi pula niat berinvestasi.
- Berdasarkan Tabel 4.20, Nilai koefisien regresi variabel Persepsi kemudahan penggunaan sebesar 0.185 dan memiliki nilai positif. Nilai ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan persepsi kemudahan penggunaan sebesar 1 satuan maka niat berinvestasi meningkat sebesar 0.185. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan, maka semakin tinggi juga niat berinvestasi.

- d. Berdasarkan Tabel 4.20, Nilai koefisien regresi variabel Persepsi Manfaat sebesar 0.658 dan memiliki nilai positif. Nilai ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan persepsi manfaat sebesar 1 satuan maka niat berinvestasi meningkat sebesar 0.658. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi manfaat, maka semakin tinggi juga niat berinvestasi.

## 4.5 Hasil Pengujian Hipotesis

### 4.5.1 Hasil Uji t

Uji t dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh parsial atau sendiri sendiri antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Berikut adalah dasar pengambilan keputusan pengujian:

1. Jika nilai signifikansi  $< 0.05$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
2. Jika nilai signifikansi  $> 0.05$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

$$T_{tabel} = t(a/2; n-k-1) = t(0.05/2; 100-3-1) = t(0.025; 96)$$

**Tabel 4.20 Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.088	2.033		4.470	.000
	NORMA SUBJEKTIF	.365	.103	.303	3.533	.001
	PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN	.185	.149	.142	1.242	.217
	PERSEPSI MANFAAT	.658	.164	.435	4.021	.000

a. Dependent Variable: NIAT BERINVESTASI

Sumber: data diolah tahun 2023

Berikut adalah hasil kesimpulan t hitung:

**Tabel 4.21 Kesimpulan Hasil Uji t**

Variabel	t hitung	t tabel	kondisi	Kesimpulan
Norma Subjektif (X1)	3.533	1.988	t hitung > t tabel	Berpengaruh
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	1.242	1.988	T hitung < t tabel	Tidak berpengaruh
Persepsi Manfaat (X3)	4.021	1.988	T hitung > t tabel	Berpengaruh

Sumber: Data diolah tahun 2023

a. Pengaruh Norma Subjektif (X1) terhadap Niat Berinvestasi (Y)

Berdasarkan tabel 4.22 dapat dilihat bahwa perhitungan variabel norma subjektif (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 3.533 dengan nilai t tabel 1.988, artinya nilai t hitung  $3.533 > 1.988$  t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa norma subjektif (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap Niat berinvestasi (Y).

b. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) terhadap Niat berinvestasi (Y).

Berdasarkan tabel 4.22 dapat dilihat bahwa perhitungan variabel persepsi kemudahan penggunaan (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 1.242 dan nilai t tabel 1.988, artinya nilai t hitung  $1.242 < 1.988$  t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat berinvestasi (Y).

c. Pengaruh Persepsi Manfaat (X3) terhadap Niat Berinvestasi (Y).

Berdasarkan tabel 4.22 dapat dilihat bahwa perhitungan variabel persepsi manfaat (X3) memiliki t hitung sebesar 4.021 dan nilai t tabel 1.988, artinya nilai t hitung  $4.021 > 1.988$  t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap nilai berinvestasi (Y).

#### 4.5.2. Hasil Uji Determinasi

Tabel 4.22 Hasil Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.787 <sup>a</sup>	.619	.607	4.064
a. Predictors: (Constant), TOTAL SKOR NORMA SUBJEKTIF, TOTAL SKOR PERSEPSI MANFAAT, TOTAL SKOR PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN				

Sumber: Data output SPSS 25. Tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.21 hasil uji determinasi menunjukkan bahwa nilai koefisien  $R = 0.787$  yaitu menunjukkan tingkat hubungan antara Norma subjektif (X1), Persepsi Kemudahan penggunaan (X2) dan Persepsi Manfaat (X3). Sedangkan nilai  $R\ square = 0.619$  diartikan bahwa niat berinvestasi dipengaruhi oleh Norma subjektif, Persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat sebanyak 61% selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

## 4.6 Pembahasan

### 4.6.1 Pengaruh Norma Subjektif (X1) terhadap Niat Berinvestasi (Y).

Berdasarkan dari penelitian ini menunjukkan bahwa norma subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap niat berinvestasi. Dilihat dari nilai signifikansi norma subjektif sebesar  $0.000 < 0.05$  yang artinya H<sub>1</sub> diterima atau terdapat pengaruh antara X1 terhadap Y. Hal ini dapat diartikan bahwa norma subjektif mempengaruhi niat berinvestasi reksa dana melalui aplikasi *Shopee* menggunakan *mobile payments* pada Generasi Z yang ada di Bandar Lampung.

Hal ini sejalan dengan teori perilaku berencana (TPB) dimana norma subjektif menjalankan peran penting dalam membentuk niat berinvestasi individu. Sebagai mahasiswa, sikap positif terhadap investasi dapat muncul dari pemahaman akan pentingnya merencanakan keuangan masa depan, mempersiapkan dana untuk tujuan jangka panjang, dan memanfaatkan potensi pertumbuhan investasi. Mahasiswa juga dapat menganggap investasi sebagai langkah yang bijak untuk mengelola keuangan mereka sejak dini. Norma subjektif dapat mempengaruhi niat berinvestasi melalui proses internalisasi nilai dan ekspektasi sosial. Ketika individu merasa bahwa berinvestasi sesuai dengan nilai-nilai dan harapan sosial yang ada, mereka cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk melakukan tindakan investasi.

Hasil ini didukung oleh penelitian Akhtar & Das (2019) bahwa norma subjektif berpengaruh terhadap niat berinvestasi pada pasar saham syariah. Konsisten terhadap penelitian sebelumnya, penelitian Yoopetch & Chaithanapat, (2021) menyatakan bahwa norma subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap niat berinvestasi saham. Artinya pengaruh sosial dari teman dekat atau orang yang dipercaya dapat meningkatkan keinginan atau niat untuk berinvestasi saham. Hasil ini tentu sejalan dengan teori *Financial Behavior* dimana niat untuk investasi dipengaruhi oleh aspek psikologis. Pada penelitian ini menggunakan sampel 100 mahasiswa yang merupakan Generasi Z dari

berbagai perguruan tinggi di Bandar Lampung. Karakter Gen Z sendiri yang menggemari teknologi, *open minded*, *up to-date* dan memiliki pengetahuan finansial yang baik, sering menggunakan kemampuan mereka untuk mencari informasi mengenai investasi dari teman dekat, rekan kerja atau orang yang paling mereka percaya untuk melakukan investasi atau tidak, sesuai saran atau rekomendasi dari orang terdekat tersebut.

Norma subjektif merupakan sebuah persepsi dimana seseorang berusaha untuk melakukan atau tidaknya suatu perilaku berdasarkan dari harapan orang terdekatnya (Neila ramdhani, 2011 dalam (Daragmeh et al., 2021b). Sedangkan menurut Andhika dan madjid (2013), norma subjektif adalah persepsi individu mengenai orang-orang yang penting baginya akan mendukung atau tidaknya Tindakan yang akan dilakukan tersebut. Pengaruh pribadi, pengaruh orang terdekat dan pengaruh situasi menjadi bagian dari pengaruh norma subjektif menurut James F.E., et al (2013).

Penelitian sebelumnya menunjukkan serta memperkuat bahwa norma subjektif memiliki pengaruh terhadap niat seseorang melakukan suatu tindakan, yang pada penelitian ini juga disimpulkan bahwa niat seseorang untuk berinvestasi reksa dana juga di pengaruhi oleh norma subjektif atau faktor eksternal seperti teman dekat, keluarga bahkan kolega sehingga pengaruh-pengaruh tersebut menimbulkan sebuah niat untuk berinvestasi reksa dana melalui aplikasi *Shopee*.

#### **4.6.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Berinvestasi**

Berdasarkan pada penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berinvestasi. Dapat dilihat dari nilai signifikansi PKP sebesar  $0.217 > 0.05$  yang artinya H2 ditolak atau tidak terdapat pengaruh antara X2 terhadap Y. Hal ini dapat dijelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berinvestasi reksa dana melalui aplikasi *Shopee*

menggunakan *mobile payments* pada Generasi Z di Bandar Lampung. Hasil pada penelitian ini tidak sejalan dengan teori TPB (*theory of planned behaviour*), dimana menurut teori perilaku berencana persepsi kemudahan dipengaruhi oleh keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk melakukan investasi. Generasi Z, yang terdiri dari individu yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, tumbuh dengan lingkungan digital yang sangat maju dan terbiasa dengan teknologi. Oleh karena itu, persepsi mereka tentang kemudahan penggunaan teknologi dan aplikasi dapat berbeda dari generasi sebelumnya. Generasi Z cenderung sangat terhubung dengan media sosial dan berinteraksi dengan teman sebaya mereka secara online. Pengaruh sosial dari teman sebaya atau influencer online yang mengadopsi investasi dapat memiliki dampak yang lebih signifikan terhadap niat berinvestasi generasi Z daripada persepsi kemudahan penggunaan sendiri. Pengetahuan dan pemahaman generasi Z tentang investasi juga dapat mempengaruhi hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan dan niat berinvestasi. Jika generasi Z memiliki pemahaman yang kurang tentang investasi atau kurangnya pengetahuan keuangan, persepsi kemudahan penggunaan mungkin tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat mereka.

Penelitian ini memiliki hasil yang sama oleh penelitian sebelumnya yaitu Ichwan & Kasri, (2019) yang menyatakan bahwa PKP secara negatif signifikan tidak berpengaruh terhadap niat berinvestasi di P2P Lending. Alasan PKP tidak berpengaruh terhadap niat berinvestasi dikarenakan kebanyakan masyarakat belum pernah melakukan investasi menggunakan aplikasi atau bahkan tidak mengetahuinya. Hal ini mengarah pada kekhawatiran dan pemikiran responden apakah sistem tersebut mudah digunakan yang secara negatif berpengaruh pada minat dan niat mereka untuk memulai berinvestasi. Penemuan ini juga didukung oleh penelitian Lu and Su (2009); Islam, Kim Cheng Low dan Hasan (2013) menyatakan bahwa tingkat kekhawatiran diantara para investor baru atau *first-timer Investor* akan



memiliki dampak negatif pada niat mereka untuk berinvestasi menggunakan *fintech* baru.

Persepsi kemudahan penggunaan menurut Davis, (1989) yaitu bagaimana menggunakan sebuah sistem baru dapat memudahkan atau melepaskan seseorang dari kesulitan. Pada penelitian Daragmeh et al., (2021b) PKP tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat menggunakan *mobile payments*. Hal ini dikarenakan alasan dari tingkat kepemilikan smartphone dan internet, kemudian penelitian sebelumnya menyatakan bahwa Gen X tidak memiliki kesulitan yang signifikan dalam pembayaran menggunakan *mobile payments* dan hambatan untuk mengadopsi teknologi pembayaran baru. Hal ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa PKP berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku hanya pada periode awal adopsi teknologi. Pada periode berikutnya pengguna menerima begitu saja layanan tersebut dan upaya penggunaannya secara minimal. Kesimpulannya adalah persepsi kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat berinvestasi Reksa dana melalui aplikasi *Shopee* menggunakan *mobile payments* pada Generasi Z di Bandar Lampung karena karakteristik Generasi Z itu sendiri yang telah menggemari teknologi dan terbuka dengan teknologi sehingga tidak ada kesulitan dalam mengadopsinya.

#### 4.6.3 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Niat Berinvestasi

Berdasarkan pada penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap niat berinvestasi. Dilihat dari nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ , yang artinya Hipotesis H3 diterima atau X3 berpengaruh positif signifikan terhadap Y. Hal ini dapat diartikan bahwa Persepsi manfaat secara signifikan mempengaruhi niat berinvestasi reksa dana melalui aplikasi *Shopee* menggunakan *mobile payments* pada Generasi Z di Bandar Lampung. Hasil ini sejalan dengan teori perilaku berencana (TPB) yaitu persepsi manfaat mengacu pada penilaian individu tentang manfaat atau keuntungan yang mereka harapkan diperoleh dari melakukan tindakan investasi. Persepsi manfaat yang tinggi terhadap investasi dapat mempengaruhi niat berinvestasi individu dengan meningkatkan minat, motivasi, keyakinan diri, dan sikap positif terhadap investasi. Generasi Z sering kali memiliki keinginan yang kuat untuk mencapai kestabilan keuangan dan kesuksesan jangka panjang. Mereka menyadari bahwa investasi dapat menjadi sarana untuk mencapai tujuan keuangan tersebut. Persepsi manfaat yang kuat tentang investasi, seperti pertumbuhan modal, penghasilan pasif, dan keamanan keuangan, dapat memotivasi generasi Z untuk memiliki niat yang tinggi untuk berinvestasi. Generasi Z tumbuh dengan akses yang mudah terhadap informasi dan pendidikan melalui internet dan media sosial. Mereka dapat dengan cepat mengakses sumber daya yang memberikan pemahaman tentang manfaat investasi dan bagaimana melakukannya. Ketika generasi Z menyadari manfaat yang potensial dari investasi melalui informasi yang mudah diakses, ini dapat memengaruhi niat mereka untuk memulai investasi. Oleh karena itu, dalam upaya meningkatkan niat berinvestasi individu, penting untuk menyampaikan informasi yang jelas dan meyakinkan tentang manfaat yang dapat diperoleh dari berinvestasi.

Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yaitu Ichwan & Kasri (2019) yang menyatakan terdapat pengaruh positif secara signifikan antara

persepsi responden yang mendapatkan manfaat melalui P2P Lending dan niat mereka untuk berinvestasi kedalamnya. Ini sesuai dengan kondisi saat ini dimana seseorang akan tertarik menggunakan atau melakukan sesuatu yang baru jika memberikan manfaat tambahan bagi mereka. Menurut Chandio et al (2017) dan Sondari dan Sodarsono (2015) yang juga mendukung penelitian ini, mengidentifikasi bahwa keinginan atau niat berinvestasi dipengaruhi secara positif signifikan oleh variabel manfaat. Penelitian Daragmeh et al., (2021b) juga menyetujui bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh signifikan terhadap niat berinvestasi serta penggunaan *mobile payments*. Persepsi manfaat adalah faktor penting yang mempengaruhi penggunaan sebuah *fintech*.

Persepsi manfaat didefinisikan sebagai derajat kepercayaan seseorang dimana dalam penggunaan sebuah sistem baru akan meningkatkan performa pekerjaan mereka (Davis, 1989). Tindakan seseorang adalah bentuk dari niat seseorang dimana niat tersebut dipengaruhi oleh faktor-faktor perasaan dan konsekuensi yang dirasakan. Penggunaan teknologi yang dirasakan memiliki manfaat akan meningkatkan minat dan niat seseorang dan hal tersebut tentunya meningkatkan aktivitas transaksi yang dilakukan. Kegunaan dari adanya *mobile payments* bagi masyarakat dan penggunaan adalah mereka tidak perlu mendatangi langsung secara konvensional, cukup melalui aplikasi di ponsel pintar mereka yang terhubung dengan jaringan internet maka transaksi tersebut dapat dilakukan (Wiguna Nugraha et al., 2021). Dapat disimpulkan adanya *mobile payments* yang memiliki manfaat dalam meningkatkan transaksi serta lebih efisien dan efektif mampu mendorong niat Generasi Z yang ada di Bandar Lampung untuk melakukan segala bentuk transaksi salah satunya adalah investasi.