

# DETERMINAN MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI REKSA DANA BIBIT PADA MAHASISWA

**Safa Aliyah<sup>1</sup>**

Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma  
[safa.aliyah23@gmail.com](mailto:safa.aliyah23@gmail.com)

**Henny Medyawati<sup>2\*</sup>**

Magister Manajemen, Universitas Gunadarma  
[henmedya@staff.gunadarma.ac.id](mailto:henmedya@staff.gunadarma.ac.id)

**Muhamad Yunanto<sup>3</sup>**

Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma  
[myunanto@staff.gunadarma.ac.id](mailto:myunanto@staff.gunadarma.ac.id)

Diterima 18 Maret 2023

Disetujui 5 Juni 2023

**Abstract-** *The purpose of this research was to analyze the effect of perceived ease of use, trust and product knowledge on interest in using the Aplikasi Reksa Dana Bibit on students/I Gunadarma University Faculty of Economics 2018. This research will also find the most dominant in the research model. The source of the data for this research is primary data obtained with a questionnaire instrument distributed via google form. The data in this study were successfully collected as many as 100 respondents who were valid and reliable. The test stages carried out in this study were: validity test, reliability test, normality, heteroscedasticity, multicollinearity, multiple linear regression, multiple linear coefficients, coefficient of determination, f test and t test were used to test the hypothesis. The sampling method in this study is non-probability sampling with purposive sampling technique. The results of this research is the variable perceived ease of use, trust and product knowledge had an effect on interest in using the Aplikasi Reksa Dana Bibit. The most dominant variable in this study was the product knowledge variable.*

**Keywords:** *Aplikasi Bibit; Kepercayaan; Minat menggunakan; Persepsi Kemudahan Penggunaan; Pengetahuan Produk*

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Investasi adalah penanaman modal, biasanya dalam jangka panjang untuk pengadaan aktiva lengkap atau pembelian saham-saham dan surat berharga lain untuk memperoleh keuntungan (OJK, 2017). Salah satu instrumen investasi yang mudah diaplikasikan dan memiliki minim risiko yaitu reksa dana. Para ahli menyarankan investor pemula yang berminat berinvestasi saham lebih baik menggunakan reksa dana karena alur dana pada reksa dana akan dikelola oleh manajer investasi sehingga memiliki tingkat risiko lebih rendah. Investor hanya perlu menunggu bagaimana manajer investasi mengelola portfolio secara bijaksana. Hal ini tentunya menjadi minat investor pemula untuk berinvestasi menggunakan reksa dana selama 5 tahun terakhir seperti terlihat Gambar 1.



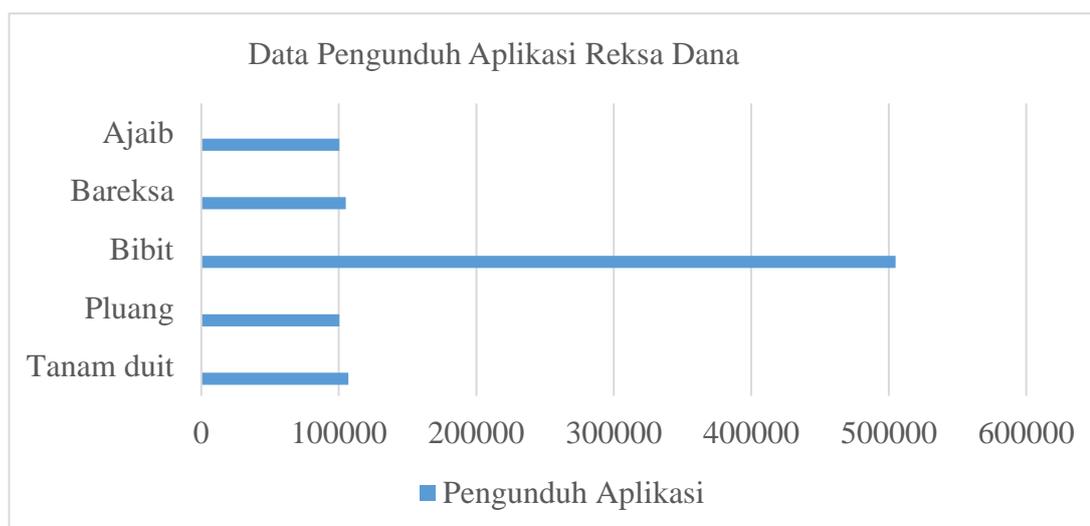
**Gambar 1. Data jumlah investor reksa dana di Indonesia Bursa Efek Indonesia tahun 2017 – 2021**

Sumber: PT. Kustodian Sentral Efek Indonesia (2022)

Dapat dilihat pada Gambar 1., meningkatnya pertumbuhan jumlah investor reksa dana setiap tahun sejalan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat untuk berinvestasi selama pandemi Covid-19 dan dukungan digitalisasi di pasar modal. Investasi digitalisasi atau yang sering disebut dengan *financial technology (fintech)* adalah kegiatan penanaman modal yang memanfaatkan penggunaan teknologi finansial, sehingga investasi dapat dilakukan kapan pun dan di mana pun tidak terbatas pada jarak dan waktu. *Financial technology (fintech)* menjadi suatu metode layanan keuangan yang populer pada era digital saat ini. Berdasarkan peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 menyatakan bahwa perkembangan teknologi dan sistem informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan *financial technology (fintech)* dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat, termasuk dalam bidang jasa sistem pembayaran, baik dari sisi instrumen, penyelenggara, mekanisme maupun infrastruktur penyelenggaraan dan pemrosesan transaksi pembayaran (Bank Indonesia, 2016).

Melihat fenomena ini, perusahaan sekuritas di Indonesia memanfaatkan momentum dengan menyediakan portal transaksi *online* reksa dana. Investor dapat dengan mudah berinvestasi dengan fasilitas dan kemudahan berinvestasi reksadana yang ditawarkan oleh perusahaan sekuritas. Tercatat sebanyak 82 perusahaan penyedia portal transaksi online reksa dana telah terdaftar resmi pada situs laman Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Berikut merupakan 5 aplikasi reksa dana terbaik berdasarkan banyaknya pengguna yang mengunduh dari Google Playstore.

Berdasarkan data, dapat dilihat bahwa aplikasi reksa dana paling banyak diunduh adalah aplikasi Bibit yang diluncurkan oleh PT. Bibit Tumbuh Bersama tercatat lebih dari 5.000.000 pengguna yang mengunduh. Bibit merupakan bagian dari *start-up* investasi Stockbit, yang berdiri pada 2013. Jumlah pengguna yang cukup banyak ini menandakan aplikasi reksa dana Bibit memiliki peluang untuk menjadi salah satu aplikasi favorit dan menarik untuk diteliti. Sebagai salah satu aplikasi reksadana, Bibit membuat sebuah sistem yang disebut Robo Advisor. Sistem ini memudahkan pengguna yang melakukan investasi reksa dana dengan menggunakan profil pengguna secara otomatis karena setiap pengguna diwajibkan membuat profil atau akun pribadi.



**Gambar 2. Pengunduh Aplikasi Terbanyak Tahun 2022**

Menurut Head of Marketing Bibit pada acara Google APAC Finance Summit 2022 (Anandita, 2022), terdapat dua faktor yang menjadikan aplikasi Bibit menjadi aplikasi pilihan investor pemula terutama generasi milenial dan gen Z. Faktor pertama, berbagai fitur yang ditawarkan Bibit untuk memudahkan penggunaanya dalam beraktifitas. Faktor kedua, dengan memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai literasi keuangan serta memberikan informasi bahwa aplikasi reksa dana Bibit memiliki lisensi yang sudah diakui Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan pengguna, kepercayaan dan pengetahuan produk terhadap minat menggunakan aplikasi reksa dana Bibit pada mahasiswa Universitas Gunadarma (UG) Fakultas Ekonomi (FE) Angkatan 2018. Penelitian ini merupakan modifikasi dari penelitian Aliyah (2022) yaitu modifikasi pada pembahasan yang lebih diperdalam dan komprehensif. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya model-model penelitian khususnya dalam model yang menganalisis pengaruh persepsi kemudahan pengguna, kepercayaan dan pengetahuan produk terhadap minat menggunakan aplikasi untuk investasi.

### 1.3. Kerangka Teori dan Kajian Penelitian Sejenis

#### 1.3.1. Kerangka Teori

*Technology Acceptance Model* (TAM) dikemukakan oleh Davis pada tahun 1989 yang menjelaskan sistematis pengguna teknologi dalam menerima dan menggunakan teknologi yang berkaitan dengan pekerjaan pengguna (Jogiyanto, 2017). Model TAM menjelaskan perilaku pengguna teknologi informasi yang berlandaskan pada kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), niat (*intention*) dan hubungan perilaku pengguna (*user behavior relationship*). Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku pengguna dalam minat menggunakan adalah persepsi pengguna atas kegunaan dan kemudahan penggunaan teknologi informasi sebagai suatu tindakan dalam konteks pengguna teknologi informasi. Kepercayaan pengguna dan pengetahuan produk juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat menggunakan. Dengan demikian jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya (Jogiyanto, 2017).

Persepsi kemudahan didefinisikan menurut Jogiyanto (2017) sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan teknologi akan bebas dari suatu usaha sehingga apabila seseorang percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya dan sebaliknya. Persepsi kemudahan penggunaan didasarkan pada sejauh mana calon pengguna mengharapkan sistem baru yang akan digunakan terbebas dari kesulitan. (Aditya & Wardhana, 2016). Konsumen dapat merasa mudah dalam menggunakan teknologi diukur dari berbagai aspek seperti salah satunya kemudahan untuk melakukan *installment* (Wang & Li, 2016). Proses berikutnya adalah kemudahan dalam mengoperasikan atau menggunakan teknologi itu sendiri. Dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah keyakinan seseorang bahwa penggunaan sesuatu dapat dengan mudah digunakan dan dipahami, sehingga memudahkan pekerjaan pengguna.

Kepercayaan terhadap produk merupakan salah satu faktor yang dapat berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi reksadana Bibit. Kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya (Mowen & Minor, 2012). Kotler & Keller (2016) mengartikan kepercayaan sebagai kesediaan seseorang untuk menggantungkan dirinya kepada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena ia mempunyai keyakinan kepada pihak lain tersebut. Menurut Jogiyanto (2017), kepercayaan adalah penilaian seorang individu setelah memperoleh, memproses, dan mensintesis informasi dan menghasilkan berbagai penilaian dan anggapan. Konsep tingkat kepercayaan di sini adalah semakin dapat dipercayanya penyedia layanan uang elektronik tersebut maka pengguna akan merasa tenang dalam penggunaannya dikarenakan produk uang elektronik tersebut memiliki pelayanan yang baik, bertanggung jawab dan berintegritas tinggi (Pratama & Suputra, 2019).

Bagi seorang konsumen penting untuk memahami produk yang akan digunakan sehingga dapat dipertimbangkan dengan baik manfaat yang didapatkannya Menurut Arifiyanto dan Kholidah (2021), pengetahuan tentang produk yaitu mengetahui segala sesuatu dari barang atau jasa misalnya berkaitan dengan fitur layanan, cara penggunaan dan lainnya. Dapat disimpulkan bahwa, pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai informasi tentang suatu produk sehingga menjadi pertimbangan konsumen untuk menggunakan produk tersebut. Lamb, Hair dan McDaniel (2019) mendefinisikan pengetahuan produk yaitu mengacu pada jumlah informasi yang disimpan konsumen dalam ingatannya tentang kelas produk tertentu, bentuk produk, merek, model, dan cara untuk membelinya. Menurut Peter dan Olson (2018), *product knowledge* adalah informasi yang dimiliki konsumen mengenai produk yang akan dibelinya, hal itu meliputi pengetahuan mengenai atribut atau karakteristik produk, dengan kata lain informasi secara fisik yang dapat diketahui oleh konsumen. Kemudian pengetahuan mengenai keuntungan dan kegunaan dari produk yang akan dibeli serta pengetahuan tentang nilai produk atau, dapat dikatakan nilai yang membuat konsumen merasa puas terhadap produk tersebut. Definisi menurut Sumarwan (2011) *product knowledge* adalah kumpulan berbagai informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk.

Minat menggunakan merupakan perilaku konsumen yang berkaitan ketika individu memilih, menggunakan, mengatur ide, jasa atau produk untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan. Minat menggunakan adalah persepsi kesediaan individu untuk melakukan suatu perilaku dalam menggunakan suatu sistem teknologi (Putra & Baridwan, 2020). Minat menggunakan juga berhubungan dengan perilaku konsumen. Perilaku dari seorang konsumen yaitu sebuah proses yang terkait saat individu memilih, menggunakan, dan mengatur ide, jasa, atau produk untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan (Gunawan & Suartina, 2021). Minat menggunakan aplikasi berbasis *financial technology* dapat dipahami sebagai perilaku

konsumen dengan keinginan untuk membeli/memiliki produk tertentu berdasarkan pengalaman memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau menginginkan produk tersebut.

### 1.3.2. Kajian penelitian sejenis

Berikut merupakan penelitian terdahulu yang menganalisis minat menggunakan aplikasi terkait investasi, aplikasi uang elektronik juga e-commerce. Hasil penelitian Nangi dan Sukaatmadja (2015) menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan e-commerce. Hasil penelitian Pratiwi, Indriani dan Sugiarto (2017) menunjukkan bahwa kesiapan teknologi berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan, kesiapan teknologi berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap niat perilaku, dan kesiapan teknologi berpengaruh positif terhadap niat perilaku. Rizky, Yasa dan Wahyuni (2018) menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan pengetahuan terhadap minat menggunakan E-Banking dalam bertransaksi pada UMKM di Kecamatan Buleleng. Metode yang digunakan adalah *purposive sampling*, diambil sampel sebanyak 120 pelaku UMKM. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan E-Banking dalam bertransaksi pada UMKM.

Chawla dan Joshi (2019) menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan yang dirasakan (PEOU), kegunaan yang dirasakan (PU), kepercayaan, keamanan, kondisi yang memfasilitasi dan kompatibilitas gaya hidup memiliki dampak yang signifikan terhadap sikap dan niat konsumen untuk menggunakan dompet seluler. Penelitian terdahulu yang dilakukan Legi dan Saerang (2020) menganalisis pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived risk*, dan *perceived trust* terhadap niat dalam menggunakan uang elektronik. Hasil penelitian ] menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan uang elektronik, sedangkan *perceived ease of use* dan *perceived trust* berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menggunakan uang elektronik. Penelitian terdahulu yang dilakukan Rodiah dan Melati (2020) menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-wallet* pada generasi milenial Kota Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, manfaat dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*, sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

Fadzar, Hidayat & Wijayanti (2020) melakukan penelitian untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, persepsi pemudahan penggunaan, pengaruh kepercayaan, pengaruh risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech lending syariah*. Penelitian ini menggunakan *Theory Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Theory of Planned Behavior (TPB)*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan kriteria generasi millennial yang berminat bertransaksi menggunakan *fintech lending syariah*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan tidak memiliki pengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan *financial technology lending syariah*, lalu variabel persepsi kemudahan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech lending syariah*. Selanjutnya variabel risiko tidak memiliki pengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech lending syariah*. Achadi dan Winarto (2020) melakukan analisis tentang pengetahuan produk, persepsi risiko dan persepsi manfaat terhadap minat penggunaan layanan Go Pay pada pelanggan Gojek. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEB Unwiku Purwokerto, sampel diambil dengan metode *purposive sampling*

dengan memasukan pertimbangan mahasiswa yang menggunakan layanan Go-Pay. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan produk, persepsi risiko dan persepsi manfaat terhadap minat penggunaan layanan Go-Pay. Kristina dan Harris (2020) melakukan penelitian yang bertujuan untuk mendukung teori Technology Acceptance Model (TAM) seperti *perceived ease of use* (PEOU), *security* (SECU), *brand loyalty* (BL), *behavioral intention* (BI), dan model pemasaran, *electronic word of mouth* (EWOM), terhadap penggunaan *mobile payment* pada Generasi Z. Terdapat 100 responden Generasi Z, selanjutnya data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. *security* dan *brand loyalty* mempengaruhi *behavioral intention* secara signifikan. Kemudian, *behavioral intention* memiliki dampak yang signifikan terhadap *electronic word of mouth*.

Kurnianingsih dan Maharani (2020), meneliti tentang pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, fitur layanan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-money. Objek penelitian ini adalah orang-orang di Jawa Tengah yang merupakan pengguna uang elektronik. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, fitur layanan dan kepercayaan memiliki pengaruh positif pada minat dalam menggunakan e-money. Arifiyanto dan Kholidah (2020) menganalisis pengaruh pengetahuan produk, persepsi manfaat dan promosi terhadap minat penggunaan uang elektronik berbasis server. Responden dari penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan dari program studi akuntansi, ekonomi syariah dan manajemen. Metode sampling adalah *purposive sampling* dengan total sample 183 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, pengetahuan terhadap produk, persepsi manfaat dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan uang elektronik berbasis server. Rantung, Tumbuan dan Gunawan (2020) menemukan bahwa kepercayaan dan kemudahan dalam penggunaan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap niat perilaku untuk menggunakan e-wallet.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan Gunawan & Suartina (2021) membahas mengenai pengaruh *perceived ease of use*, *product knowledge*, dan *trust* terhadap minat menggunakan aplikasi reksadana Bibit yang merupakan studi kasus pengguna platform digital *fintech*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use*, *product knowledge* dan *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi reksadana Bibit. Nizar dan Yusuf (2022) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara terhadap minat menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja. Swandani dan Diatmika (2022) juga menyatakan bahwa kemudahan pengguna dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-commerce.

Berdasarkan uraian hasil-hasil penelitian terdahulu yang mendukung penggunaan variabel persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan serta pengetahuan produk, dan minat menggunakan, maka dapat disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan
2. Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap minat menggunakan
3. Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan produk terhadap minat menggunakan

4. Ha: Persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, pengetahuan produk secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability Sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

$n$  : Jumlah sampel

$N$  : Jumlah populasi

$e$  : Toleransi Error, adalah kelonggaran ketidakteelitian karena pengambilan sampel yang dapat ditolerir, kemudian dikuadratkan, disini ditetapkan nilai  $e = 0,1$  (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

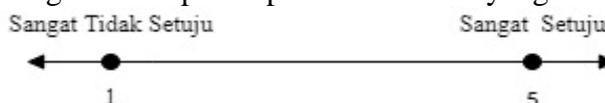
Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 1.532 mahasiswa/I, dengan dasar tersebut maka dapat dilihat ukuran sampel minimal yang dicapai dalam penelitian ini adalah sebesar:

$$n = \frac{1.532}{1 + (1.532 \times 0,10^2)}$$

$$n = \frac{1.532}{1 + 15,32}$$

$$n = \frac{1.532}{16,32} = 93,87$$

Berdasarkan rumus, sampel yang dapat diambil dari populasi yang besar sebanyak 93,87. Untuk memudahkan penelitian ini maka sampel menjadi 95 responden. Penyebaran kuisioner ini akan dilakukan secara online melalui *google form*. Skala pengukuran yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah skala *semantic differential* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, hanya bentuknya tidak pilihan ganda maupun *checklist*, tetapi tersusun dalam satu garis kontinum yang jawaban “sangat positifnya” terletak di bagian kanan garis, dan jawaban yang “sangat negatif” terletak dibagian kiri garis, atau sebaliknya (Sugiyono, 2018). Data yang diperoleh untuk mengukur pengaruh persepsi kemudahan pengguna, kepercayaan dan pengetahuan produk terhadap minat menggunakan aplikasi Bibit berupa data interval. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap atau perilaku tertentu yang dimiliki seseorang.



Gambar 3. Skala Semantic Differential

Responden dapat memberikan jawaban pada rentang pilihan jawaban yang positif sampai dengan negatif berdasarkan pandangan responden terhadap suatu hal yang akan dinilai.

### 2.2 Operasionalisasi Variabel

Berikut ini adalah uraian operasionalisasi variabel yang disajikan dalam bentuk tabel, seperti tersaji pada Tabel 1.

**Tabel 1. Operasional Variabel**

No.	Variabel	Sumber	Indikator	Skala
1.	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	Jogiyanto (2017), persepsi kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan teknologi akan bebas dari suatu usaha sehingga apabila seseorang percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya dan sebaliknya	1. <i>Easy to learn</i> 2. <i>Easy to understand</i> 3. <i>Effortless</i> 4. <i>Easy to use</i>	Interval
2.	Kepercayaan	Kotler dan Keller (2016), kepercayaan adalah kesediaan seseorang untuk menggantungkan dirinya kepada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena ia mempunyai keyakinan kepada pihak lain tersebut Rodiah dan Melati (2020), kepercayaan adalah keyakinan bahwa yang pihak yang dipercayai tersebut akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan.	1. <i>Benevolence</i> (kesungguhan / ketulusan) 2. <i>Ability</i> (Kemampuan) 3. <i>Integrity</i> (integritas) <i>Willingness to depend</i> (kesediaan)	Interval
3.	Pengetahuan Produk	Achadi dan Winarto (2020), Pengetahuan produk merupakan jenis informasi yang didapatkan oleh pengguna dari penggunaan suatu produk.	1. Atribut produk 2. Manfaat fisik 3. Manfaat psikologis	Interval
4.	Minat Menggunakan	Gunawan dan Suartina (2020), Minat menggunakan berkaitan dengan perilaku dari seorang konsumennya. Perilaku dari seorang konsumen yaitu sebuah proses yang terkait saat individu memilih, menggunakan, dan mengatur ide, jasa, atau produk untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan.	1. Keinginan untuk melangsungkan transaksi, 2. Berpotensi untuk memberikan rekomendasinya kepada orang lain 3. Terus menerus memilih untuk menggunakan produk atau layanan tersebut	Interval

Tahapan pengolahan data meliputi uji instrument yaitu validitas dan reliabilitas, dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas data, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas. Semua tahapan tersebut untuk memastikan bahwa data telah dapat dianalisis menggunakan metode analisis regresi linier berganda.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Karakteristik responden

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dari 100 responden yaitu 67 orang (67%) berjenis kelamin perempuan dan 33 orang (33%) berjenis kelamin laki-laki. Dapat disimpulkan dalam penelitian ini mayoritas responden pengguna aplikasi reksa dana Bibit.id berjenis kelamin perempuan. Hal ini disebabkan kuesioner disebarakan kepada teman-teman mahasiswa/i UG FE angkatan 2018 yang menggunakan aplikasi reksa dana Bibit melalui whatsapp *group* dan Instagram *story* yang mayoritasnya adalah wanita. Karakteristik responden berdasarkan usia dari 100 responden yaitu 5 orang (5%) berusia 17 – 20 tahun, 73 orang (73%) berusia 21-22 tahun dan 22 orang (22%) berusia > 22 tahun. Kuesioner disebarakan

kepada teman-teman mahasiswa/i UG FE angkatan 2018 yang menggunakan aplikasi reksa dana Bibit melalui whatsapp *group* dan Instagram *story* dengan rentang usia 21 – 22 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini selalu mengikuti perkembangan dunia *financial technology* dengan memberikan persepsi akan kemudahan penggunaan aplikasi reksa dana Bibit, kepercayaan untuk menabung dengan aplikasi Bibit serta pengetahuan mengenai produk yang diberikan memadai

Responden yang memiliki pendapatan kurang dari Rp. 500.000 sebanyak 16 orang atau (16%), responden yang memiliki pendapatan Rp.500.000 – Rp.1.000.000 sebanyak 39 orang atau (39%), responden yang memiliki pendapatan lebih dari Rp.1.000.000 sebanyak 45 orang atau (45%). Kuesioner disebarakan kepada teman-teman mahasiswa/i UG FE angkatan 2018 yang menggunakan aplikasi reksa dana Bibit melalui whatsapp *group* dan Instagram *story*. Dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini mahasiswa yang berpenghasilan lebih dari Rp.1.000.000 banyak yang menggunakan aplikasi reksa dana Bibit.id untuk berinvestasi.

Responden mahasiswa/I UG region Jakarta sebanyak 32 orang (32%), Depok sebanyak 34 orang (34%), Tangerang 14 orang (14%), Bekasi 20 orang (20%). Kuesioner disebarakan kepada teman-teman mahasiswa/i UG FE angkatan 2018 yang menggunakan aplikasi reksa dana Bibit melalui whatsapp *group* dan Instagram *story* Dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa/i UG FE angkatan 2018 region Depok menggunakan aplikasi reksa dana Bibit.id sebagai wadah untuk berinvestasi.

### 3.2 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data-data perolehan responden yang menggunakan aplikasi Bibit untuk berinvestasi reksa dana. Data yang dilihat berupa nilai rata-rata (mean), simpangan baku (standar deviation), nilai terendah data (minimum), serta nilai tertinggi data (maximum). Berikut ini adalah uraian untuk deskriptif seluruh variabel yaitu persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, pengetahuan produk dan minat menggunakan.

Pertama adalah nilai rata-rata hasil pengukuran variabel persepsi kemudahan penggunaan. Hasil pengumpulan data primer dalam bentuk jawaban kuesioner dari responden diketahui bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan terdiri dari delapan pernyataan terkait dengan minat menggunakan berdasarkan pernyataan “Saya bisa menggunakan aplikasi reksa dana Bibit tanpa bantuan orang lain” dengan jumlah rata-rata terbanyak yaitu 4,5000. Berikut hasil lengkap diuraikan pada Tabel 2. berikut ini:

**Tabel 2. Hasil Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan**

Indikator Pernyataan	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Cara melakukan registrasi pada aplikasi reksa dana Bibit sangat cepat dan mudah untuk dipelajari	100	3.50	5.00	4.3880	0.48227
Saya dapat mempelajari fitur aplikasi reksa dana Bibit dengan mudah.	100	3.50	5.00	4.2850	0.42791
Sistem pembayaran yang ditawarkan aplikasi reksa dana Bibit fleksibel	100	3.00	5.00	4.3300	0.57393
Menurut saya aplikasi reksa dana Bibit mudah dimengerti	100	4.00	5.00	4.4820	0.45246
Saya tidak membutuhkan banyak usaha untuk dapat menggunakan aplikasi reksa dana Bibit	100	3.00	5.00	4.3000	0.46753

Indikator Pernyataan	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Saya langsung dapat menggunakan aplikasi reksa dana Bibit dengan baik saat pertama kali mengakses	100	3.50	5.00	4.4170	0.49361
Saya merasa transaksi dalam layanan aplikasi reksa dana Bibit mudah dioperasikan.	100	3.00	5.00	4.4620	0.50468
Saya bisa menggunakan aplikasi reksa dana Bibit tanpa bantuan orang lain	100	3.50	5.00	4.5000	0.52705
TOTAL X1	100	30.00	40.00	35.1640	2.46550

Kedua adalah nilai rata-rata hasil pengukuran variabel kepercayaan. Hasil pengumpulan data primer dalam bentuk jawaban kuesioner dari responden diketahui bahwa variabel kepercayaan terdiri dari 8 pernyataan terkait dengan minat menggunakan aplikasi reksa dana Bibit.id berdasarkan pernyataan “Saya langsung dapat menggunakan aplikasi reksa dana Bibit dengan baik saat pertama kali mengakses.” dengan jumlah rata-rata terbanyak yaitu 4.5180. Berikut adalah hasil lengkap tersaji pada Tabel 3. berikut ini:

**Tabel 3. Hasil Deskriptif Variabel Kepercayaan**

Indikator Pernyataan	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Saya percaya untuk berinvestasi menggunakan aplikasi reksa dana Bibit	100	3.00	5.00	4.3290	0.52210
Cara melakukan registrasi pada aplikasi reksa dana Bibit sangat cepat dan mudah untuk dipelajari	100	3.00	5.00	4.3490	0.50020
Saya dapat mempelajari fitur aplikasi reksa dana Bibit dengan mudah.	100	3.90	5.00	4.4790	0.46867
Sistem pembayaran yang ditawarkan aplikasi reksa dana Bibit fleksibel	100	2.00	5.00	4.4400	0.55341
Menurut saya aplikasi reksa dana Bibit mudah dimengerti	100	3.50	5.00	4.4550	0.50300
Saya tidak membutuhkan banyak usaha untuk dapat menggunakan aplikasi reksa dana Bibit	100	3.80	5.00	4.5140	0.47779
Saya langsung dapat menggunakan aplikasi reksa dana Bibit dengan baik saat pertama kali mengakses	100	3.50	5.00	4.5180	0.50119
TOTAL X2	100	30.00	40.00	35.5330	2.49339

Hasil pengumpulan data primer dalam bentuk jawaban kuesioner dari responden diketahui bahwa variabel pengetahuan produk terdiri dari 6 pernyataan terkait dengan minat menggunakan aplikasi reksa dana Bibit.id berdasarkan pernyataan “Aplikasi reksa dana Bibit memberikan kenyamanan saat digunakan dalam waktu lama.” dengan jumlah rata-rata terbanyak yaitu 4.4700. Berikut hasil lengkap tersaji pada Tabel 4.

Hasil pengumpulan data primer dalam bentuk jawaban kuesioner dari responden diketahui bahwa variabel minat menggunakan terdiri dari pernyataan terkait dengan minat mahasiswa UG FE angkatan 2018 menggunakan aplikasi reksa dana Bibit.id berdasarkan pernyataan “Kedepannya saya akan memilih untuk menggunakan aplikasi reksa dana Bibit dibandingkan aplikasi reksa dana lainnya.” dengan jumlah rata-rata terbanyak yaitu 4.6850. Nilai rata-rata hasil pengukuran variabel minat menggunakan diuraikan pada Tabel 5.

**Tabel 4. Hasil Deskriptif Variabel Pengetahuan Produk**

Indikator Pernyataan	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Saya memiliki pengetahuan mengenai aplikasi Bibit merupakan produk dari perusahaan reksa dana	100	3.00	5.00	4.2370	0.53004
Saya mengetahui aplikasi reksa dana Bibit resmi terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan	100	3.00	5.00	4.3020	0.55029
Aplikasi reksa dana Bibit mempunyai kualitas produk yang baik	100	3.00	5.00	4.4230	0.53425
Layanan yang diberikan aplikasi reksa dana Bibit telah memenuhi kebutuhan saya	100	3.00	5.00	4.3460	0.56950
Aplikasi reksa dana Bibit memiliki banyak fungsi	100	3.00	5.00	4.3900	0.54393
Aplikasi reksa dana Bibit memberikan kenyamanan saat digunakan dalam waktu lama	100	3.00	5.00	4.4700	0.52676
TOTAL X3	100	21.00	30.00	26.1680	2.23778

Sumber: Data primer yang telah diolah (2022)

**Tabel 5. Hasil Deskriptif Variabel Minat Menggunakan**

Indikator pernyataan	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Saya berminat menggunakan aplikasi reksa dana Bibit karena menghemat waktu saya untuk berinvestasi	100	3.00	5.00	4.4950	0.54539
Saya tertarik menggunakan aplikasi reksa dana Bibit karena saya mempercayai bahwa kerahasiaan data pribadi akan dilindungi perusahaan	100	4.00	5.00	4.5590	0.46517
Saya akan mengajak orang lain untuk menggunakan aplikasi reksa dana Bibit	100	3.00	5.00	4.4540	0.52713
Saya sering menceritakan pengalaman menggunakan aplikasi reksa dana Bibit kepada orang lain	100	3.00	5.00	4.4780	0.53571
Kedepannya saya akan memilih untuk menggunakan aplikasi reksa dana Bibit dibandingkan aplikasi reksa dana lainnya	100	3.00	5.00	4.6850	0.45668
Saya memiliki keinginan untuk terus menggunakan aplikasi reksa dana Bibit di masa yang akan datang	100	3.00	5.00	4.4670	0.54570
TOTAL Y	100	22.00	30.00	27.1380	1.95287

Sumber: Data primer yang telah diolah (2022)

Informasi tentang data deskriptif tersebut selanjutnya digunakan untuk mengkategorisasikan subjek ke dalam lima kategorisasi yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Menurut Azwar (2021), tujuan kategorisasi adalah untuk menepatkan individu ke dalam kelompok terpisah secara berjenjang menurut suatu kontinum berdasar atribut yang diukur. Berikut rumus untuk menentukan kategorisasi masing-masing variable pada Tabel 6.

**Tabel 6. Tabel Norma Kategorisasi**

Norma Kategori	Kategori
$X \leq M + 1,5 SD$	Sangat Setuju
$M + 0,5 SD < X \leq M + 1,5 SD$	Setuju
$M - 0,5 SD < X \leq M + 0,5 SD$	Netral
$M - 1,5 SD < X \leq M - 0,5 SD$	Tidak Setuju
$X \leq M - 1,5 SD$	Sangat Tidak Setuju

Sumber: Azwar (2021)

Keterangan:

X : Skor Total; M : Mean; SD : Standar Deviasi

### Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Pengetahuan Produk

Uraian berikut ini adalah tanggapan responden terhadap variabel yang diteliti berdasarkan tabel norma kategorisasi yaitu Tabel 6. Pada variabel persepsi kemudahan penggunaan digunakan 8 pernyataan yang diberikan kepada 100 responden. Berdasarkan hasil perhitungan dapat disimpulkan bahwa dari 100 responden sebanyak 80% menyatakan sangat setuju dan 20% menyatakan setuju, Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki tanggapan yang positif terhadap variabel persepsi kemudahan penggunaan dalam minat menggunakan aplikasi reksa dana Bibit.id. Pada variabel kepercayaan digunakan 8 pernyataan yang diberikan kepada 100 responden sebanyak 85% menyatakan sangat setuju dan 15% menyatakan setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki tanggapan yang positif terhadap variabel kepercayaan dalam minat menggunakan aplikasi reksa dana Bibit.id. Pada variabel pengetahuan produk digunakan 6 pernyataan yang diberikan kepada 100 responden. Dapat disimpulkan bahwa dari 100 responden sebanyak 81% menyatakan sangat setuju dan 19% menyatakan setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki tanggapan yang positif terhadap variabel pengetahuan produk dalam minat menggunakan aplikasi reksa dana Bibit.id. Pada variabel minat menggunakan digunakan 6 pernyataan. Dapat disimpulkan bahwa dari 100 responden sebanyak 90% menyatakan sangat setuju dan 10% menyatakan setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki tanggapan yang positif terhadap variabel minat menggunakan dalam minat menggunakan aplikasi reksa dana Bibit.id.

### 3.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil olah data diperoleh hasil bahwa semua item indikator dan pernyataan memiliki nilai  $r$ -hitung  $> 0,1966$ , yaitu untuk variabel persepsi kemudahan penggunaan dengan rentang nilai  $0,572 - 0,644$ , untuk variabel kepercayaan diperoleh rentang nilai dari  $0,567 - 0,640$ , variabel pengetahuan produk diperoleh rentang nilai dari  $0,666 - 0,748$  dan variabel minat menggunakan dengan rentang nilai dari  $0,623 - 0,646$ . Dapat disimpulkan bahwa item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan pengetahuan produk terhadap minat menggunakan aplikasi reksa dana Bibit.id dinyatakan valid.

Selanjutnya adalah hasil uji reliabilitas yang menunjukkan bahwa masing-masing variabel persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan pengetahuan produk terhadap minat menggunakan aplikasi reksa dana Bibit.id memperoleh nilai *cronbachs alpha*  $\geq 0,60$  yaitu untuk variabel persepsi kemudahan penggunaan  $0,777$ , kepercayaan  $0,755$ , pengetahuan produk  $0,777$  dan minat menggunakan  $0,701$ . Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian ini telah reliabel.

### 3.4 Hasil Uji Asumsi Klasik

Berikut ini adalah hasil uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, multikolinieritas. Berdasarkan nilai Asym. Sig (2-tailed) diperoleh sebesar  $0,065 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa model regresi sudah memenuhi asumsi normalitas. Berdasarkan hasil Uji Statistik Kolmogorof – Smirnov, model regresi layak digunakan untuk memprediksi minat menggunakan. Variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai signifikansi 0,88 sedangkan variabel kepercayaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,063 dan variabel pengetahuan produk memiliki nilai signifikansi sebesar 0,815. Hal ini menunjukkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada regresi ini karena nilai setiap variabel lebih dari 0,05 atau 5%, sehingga model regresi pada penelitian ini layak digunakan. Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas dapat dilihat nilai tolerance dari variabel persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan pengetahuan produk menunjukkan lebih dari 0,1 dan nilai VIF dari semua variabel menunjukkan kurang dari 10,00. Variabel persepsi kemudahan penggunaan memperoleh nilai tolerance 0,943, kepercayaan memperoleh nilai tolerance 0,945 dan variabel pengetahuan produk memperoleh nilai tolerance 0,905. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen dalam penelitian ini. Variabel yang dominan dalam penelitian ini yaitu variabel pengetahuan produk, dengan nilai *Standardized Coefficients* yaitu sebesar 0,600.

### 3.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan pengetahuan produk terhadap variabel minat menggunakan. Hasil regresi ini dapat dilihat pada Tabel 7 sebagai berikut.

**Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.684	2.682		1.001	0.319
	X1	0.188	0.056	0.237	3.372	0.001
	X2	0.117	0.055	0.149	2.124	0.036
	X3	0.524	0.063	0.600	8.361	0.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang telah diolah (2022)

Berdasarkan hasil dari Tabel 7 maka persamaan regresi linier berganda yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$MM = 2,684 + 0,188PKP + 0,117K + 0,524PP$$

MM = Minat Menggunakan; PKP = Persepsi Kemudahan Penggunaan; K = Kepercayaan; PP = Pengetahuan Produk

Dapat disimpulkan bahwa dari ketiga variabel bebas yaitu persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan pengetahuan produk yang memiliki nilai koefisien paling tinggi adalah variabel pengetahuan produk yaitu 0,524. Gunawan (2017) mengungkapkan bahwa uji dominan sebagai alat uji untuk mengetahui pengaruh yang paling dominan dari variabel bebas terhadap variabel terikat yang dilihat dari nilai koefisien regresi (b) yang distandarisasi dengan

nilai beta. Dapat dikatakan bahwa variabel pengetahuan produk memiliki pengaruh yang lebih tinggi terhadap minat menggunakan aplikasi reksa dana Bibit.id.

Koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) yang diperoleh adalah sebesar 0,539 atau 53,9%. Artinya sebesar 53,9% minat menggunakan dapat dipengaruhi oleh variabel persepsi kemudahan penggunaan (X1), variabel kepercayaan (X2) dan variabel pengetahuan produk (X3). Sisanya yaitu sebesar 46,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini seperti promosi, kualitas produk dan citra merek.

Aditya dan Wardhana (2016) mengemukakan persepsi kemudahan penggunaan didasarkan pada sejauh mana calon pengguna mengharapkan sistem baru yang akan digunakan terbebas dari kesulitan. Hasil penelitian berdasarkan kuesioner yang telah disebarkan menyatakan bahwa pengaruh variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan aplikasi reksa dana Bibit.id sangat baik dengan rata-rata sebesar 80%. Hal ini didukung dengan pernyataan terbanyak bahwa responden dapat menggunakan aplikasi reksa dana Bibit sejak awal tanpa bantuan orang lain. Cara melakukan registrasi pada aplikasi reksa dana Bibit sangat cepat dan mudah untuk dipelajari. Fitur aplikasi reksa dana Bibit mudah dipelajari dan mudah dimengerti. Sistem pembayaran yang ditawarkan aplikasi reksa dana Bibit juga fleksibel. Fitur untuk transaksi dalam layanan aplikasi reksa dana Bibit mudah dioperasikan. Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai  $t$  hitung untuk variabel persepsi kemudahan penggunaan sebesar 3.372 dengan nilai signifikansi 0,001 kurang dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  berpengaruh positif. Artinya, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi reksa dana Bibit pada mahasiswa UG FE angkatan 2018. Persepsi kemudahan penggunaan yang diberikan aplikasi reksa dana Bibit sangat berpengaruh terhadap minat menggunakan. Reksa dana bibit memberikan pengalaman yang baik dengan fitur yang ditawarkan kepada pengguna dalam kemudahan menggunakan aplikasi. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nangi dan Sukaatmadja (2015), Legi dan Saerang (2020), serta Nizar dan Yusuf (2022) bahwa *perceived ease of use* secara berpengaruh terhadap *intention to use*.

Kotler dan Keller (2016) mengartikan kepercayaan sebagai kesediaan seseorang untuk menggantungkan dirinya kepada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena ia mempunyai keyakinan kepada pihak lain tersebut. Hasil penelitian berdasarkan kuesioner menyatakan variabel kepercayaan terhadap minat menggunakan aplikasi reksa dana Bibit.id dengan rata-rata sebesar 85% dengan pernyataan terbanyak bahwa responden langsung dapat menggunakan aplikasi reksa dana Bibit dengan baik saat pertama kali mengakses. Artinya, pengguna aplikasi Bibit memiliki kepercayaan dalam berinvestasi reksa dana saat pertama kalinya. Pihak reksa dana Bibit selalu memberi solusi yang tepat saat terjadi masalah dalam menggunakan aplikasi. Selain itu, aplikasi reksa dana Bibit dapat memenuhi tanggung jawabnya sebagai wadah untuk berinvestasi. merasa Layanan dalam aplikasi reksa dana Bibit selalu akurat dan sesuai yang ditawarkan. Aplikasi reksa dana Bibit memberikan kenyamanan dalam mengelola dana investasi penggunaannya dan relative aman untuk digunakan. Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai  $t$  hitung untuk variabel kepercayaan sebesar 2,124 dengan nilai signifikansi 0,036 kurang dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  berpengaruh positif. Artinya, variabel kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi reksa dana Bibit pada mahasiswa UG FE Angkatan 2018. Dapat disimpulkan bahwa kepercayaan yang diberikan pengguna aplikasi reksa dana Bibit sangat berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi dalam berinvestasi. Dengan kepercayaan yang diberikan kepada pengguna, mereka dapat memberikan ulasan yangn baik mengenai aplikasi reksa dana Bibit sehingga akan meningkatkan minat untuk menggunakan. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nangi dan Sukaatmadja (2015), Fadzar, Hidayat dan Wijayanti (2020), serta

Nizar dan Yusuf (2022) bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi dan bertransaksi menggunakan aplikasi.

Menurut Peter dan Olson (2018), *product knowledge* adalah informasi yang dimiliki konsumen mengenai produk yang akan dibelinya, hal itu meliputi pengetahuan mengenai atribut atau karakteristik produk, dengan kata lain informasi secara fisik yang dapat diketahui oleh konsumen. Hasil penelitian berdasarkan kuesioner menyatakan variabel pengetahuan produk terhadap minat menggunakan aplikasi reksa dana Bibit.id dengan rata-rata sebesar 90% dengan pernyataan terbanyak bahwa aplikasi reksa dana Bibit memberikan kenyamanan saat digunakan dalam waktu lama. Artinya, pengetahuan pengguna aplikasi mengenai produk Bibit sangat luas sehingga pengguna aplikasi nyaman dalam menggunakannya dalam jangka panjang. Pengguna juga mengetahui bahwa aplikasi reksa dana Bibit sudah resmi terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai t hitung untuk variabel pengetahuan produk sebesar 8.361 dengan nilai signifikansi 0,000 kurang dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  berpengaruh positif. Artinya, variabel pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi reksa dana Bibit pada mahasiswa UG FE Angkatan 2018. Bahwa pengetahuan produk yang diberikan aplikasi reksa dana Bibit sangat berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi dalam berinvestasi. Layanan yang diberikan aplikasi reksa dana Bibit telah memenuhi kebutuhan pengguna dan memiliki banyak fungsi. Dengan pengetahuan produk yang diberikan, pengguna aplikasi reksa dana Bibit mengetahui informasi-informasi mengenai produk dengan jelas sehingga para pengguna nyaman dalam menggunakan aplikasi tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gunawan & Suartina (2021) bahwa variabel, *product knowledge* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi reksadana Bibit. Pada pengguna juga merasakan bahwa perusahaan akan melindungi kerahasiaan data pribadi, selain itu penggunaan aplikasi dapat menghemat waktu untuk berinvestasi, hal ini juga mengakibatkan para pengguna aplikasi sering menceritakan pengalaman menggunakan aplikasi reksa dana Bibit kepada orang lain.

#### 4. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan pada bagian sebelumnya maka dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi reksa dana Bibit pada mahasiswa UG FE Angkatan 2018. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan pengguna dalam berinvestasi reksa dana melalui aplikasi Bibit. Hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai dasar untuk lebih meningkatkan penggunaan aplikasi reksadana Bibit. Hal tersebut dapat dijalankan dengan cara meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan yang diimplementasikan dengan cara menambah fitur-fitur yang lebih menarik, yang sesuai dengan kebutuhan konsumen agar meningkatkan minat konsumen menggunakan aplikasi. Selain itu, dapat meningkatkan kepercayaan yang diimplementasikan dengan cara meningkatkan kesejahteraan pengguna aplikasi reksa dana Bibit dengan memaksimalkan fungsi dari aplikasi. Peningkatan pengetahuan produk dapat diimplementasikan dengan cara memberikan informasi mengenai aplikasi Bibit agar pengguna dapat mengetahui dan memahami pentingnya investasi keuangan,

#### 5. KETERBATASAN PENELITIAN

Keterbatasan dari penelitian ini yaitu pada ruang lingkup responden yang hanya meliputi mahasiswa di UG FE untuk Angkatan 2018 saja. Akan jauh lebih baik apabila responden juga termasuk mahasiswa dari universitas lain dan fakultas yang lain ataupun

masyarakat umum sehingga hasil penelitian ini dapat generalisir karena mewakili responden yang lebih luas.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Achadi, A., & Winarto, H. (2020). Menggunakan layanan Go Pay pada pelanggan. *Manajemen Bisnis*, 17(1), 11–23.
- Aliyah, S. (2022). *Pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, dan pengetahuan produk terhadap minat menggunakan aplikasi reksa dana Bibit pada mahasiswa/I Universitas Gunadarma Fakultas Ekonomi Angkatan 2018* (Undergraduate thesis). Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma.
- Anandita, A. (2022). Google APAC finance summit 2022. Virtual: Maret 2022.
- Arifiyanto, M., & Kholidah, N. (2021). Analisis pengaruh pengetahuan produk, persepsi manfaat dan promosi terhadap minat penggunaan uang elektronik berbasis server. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 7(3), 697-706. doi: [org/10.35794/jmbi.v7i3.31390](https://doi.org/10.35794/jmbi.v7i3.31390)
- Azwar, S. (2021). *Penyusunan skala psikologi (III)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bank Indonesia. (2016). Peraturan. Retrived from: [https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/pbi\\_184016.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/pbi_184016.aspx)
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India – an empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, 37(7), 590-1618. doi: [org/10.1108/IJBM-09-2018-0256](https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2018-0256)
- Fadzar, A. N., Hidayat, A. R., & Wijayanti, I. M. (2020). Pengaruh pengetahuan , persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan fintech lending syariah. *Hukum Ekonomi Syariah*, 6(2), 1–4.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (Edisi Sembilan). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Google Playstore. (2022). Aplikasi Reksa dana. Retrieved from: <https://play.google.com/store/search?q=reksa%20dana&c=apps>
- Gunawan, I. (2017). *Pengantar statistika inferensial* (Edisi 1 - cet.2). Jakarta: Rajawali Pers.
- Gunawan, I. M. I., & Suartina, I. W. (2021). Pengaruh perceived ease of use, product knowledge, dan trust terhadap minat menggunakan aplikasi reksadana Bibit (studi kasus pengguna platform digital fintech Bibit). *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(4), 1150–1160.
- Jogiyanto, H. M. (2017). Analisis dan desain (Sistem informasi pendekatan terstruktur teori dan praktek aplikasi bisnis). Yogyakarta: Andi
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). *Marketing management* (15<sup>th</sup> Ed.), Pearson Education, Inc.
- Kristina, N., & Harris, I. (2020). The technology acceptance model of mobile payment usage on generation Z. *Binus Business Review*, 11(3), 149-156. doi: [org/10.21512/bbr.v11i3.6394](https://doi.org/10.21512/bbr.v11i3.6394)
- Kurnianingsih, H., & Maharani, T. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, fitur layanan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan e-money di Jawa Tengah. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 29-41.
- Lamb, C.W., Hair, J. F & McDaniel, C. (2019). *MKTG : Principles of marketing*. USA:

Cengage Learning.

- Legi, D., & Saerang, R. T. (2020). The analysis of technology acceptance model (TAM) on intention to use of e-money in Manado (study On: Gopay, OVO, Dana). *Jurnal EMBA*, 8(4), 624–632. Retrieved from: [https://api.elsevier.com/content/abstract/scopus\\_id/85075607827](https://api.elsevier.com/content/abstract/scopus_id/85075607827)
- Mowen, J.C. & Minor, M. (2012). Perilaku konsumen (dialihbahasakan oleh Dwi Kartika Yahya). Jakarta: Erlangga.
- Nangi, I. Y. & Sukaatmadja, I.P.G. (2015). Pengaruh aplikasi TAM dan kepercayaan terhadap minat mahasiswa membeli ulang menggunakan e-commerce dalam pembelian produk pakaian dan asesoris. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(7), 1771-1784.
- Nizar, A. M. & Yusuf, A. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan aplikasi dompet digital LinkAja. *Jurnal Manajemen dan Sains*, 7(2), 928-933.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). Portal Transaksi Online. Diakses pada 5 Juli 2022 <https://reksadana.ojk.go.id/Public/PTOPublic.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). Pengelolaan investasi. Diakses pada tanggal 5 Juli 2022 <https://www.ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/Pages/Pengelolaan-Investasi.aspx>
- Peter, J .P. & Olson, J. C (2018). Perilaku konsumen dan strategi pemasaran (Edisi kesembilan). Jakarta: Salemba Empat.
- Putra, Y. F., & Baridwan, Z. (2020). Analysis of factors influencing user intention in using OVO application. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(1), 1–12.
- Pratiwi, M. T., Indriani, F., & Sugiarto, J. (2017). Analisis pengaruh technology readiness terhadap minat menggunakan t-cash di kota Semarang, *Jurnal Bisnis Strategi*, 26(1), 76-88.
- Pratama, A.B. & Suputra, I. D. G.D. (2019). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan tingkat kepercayaan pada minat menggunakan uang elektronik. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 27(2), 927-953.
- PT. Kustodian Sentral Efek Indonesia. (2022). Demografi investor. Retrieved from: [https://www.ksei.co.id/publications/demografi\\_investor](https://www.ksei.co.id/publications/demografi_investor)
- Rantung, H. M., Tumbuan, W. J. F. A., & Gunawan, E. M. (2020). Faktor yang mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan e-wallet selama masa pandemi covid-19 di Manado. *352 Jurnal EMBA*, 8(4), 352-360.
- Rizky, I.N, Yasa, I. N. P. & Wahyuni, M. A. (2018). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan pengetahuan terhadap minat menggunakan e-banking dalam bertransaksi pada umkm di kecamatan Buleleng. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 9(2), 191-202.
- Rodiah, S., & Melati, S. I. (2020). Pengaruh kemudahan penggunaan, kemanfaatan, risiko, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-wallet pada generasi milenial kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66-80.
- Sugiyono, D. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D / Sugiyono*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Swandani, N. K. & Diatmika, I.P.G. (2022). Pengaruh kemudahan pengguna, kepercayaan, dan risiko terhadap minat penggunaan e-commerce (Studi kasus pada usaha kecil dan menengah di Kecamatan Klungkung). *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(2), 393-402.

