

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis pengaruh persepsi investor terhadap minat menggunakan layanan sistem *online trading* untuk berinvestasi di Mandiri Sekuritas Kota Padang dapat disimpulkan bahwa :

- a) Minat nasabah menggunakan sistem *online trading* ternyata di pengaruhi oleh persepsi kepercayaan karena sistem *online trading* dapat dipercaya, tidak akan menipu investor dan transaksi dapat dipertanggung jawabkan. Persepsi kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan layanan sistem *online trading* untuk berinvestasi. Hal ini berarti sistem *online trading* Mandiri Sekuritas yang dapat dipercaya memberikan pengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan sistem *online trading* untuk berinvestasi di Mandiri Sekuritas Cabang Kota Padang.
- b) Minat nasabah menggunakan sistem *online trading* ternyata di pengaruhi oleh Persepsi kegunaan karena dengan layanan sistem online trading, frekuensi investasi investor meningkat serta meningkatkan kefleksibelan waktu investor dalam melakukan transaksi. Persepsi kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan layanan sistem *online trading* untuk berinvestasi. Hal ini berarti kegunaan sistem yang membuat waktu menjadi

lebih fleksibel dalam melakukan transaksi memberikan pengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan sistem *online trading* untuk berinvestasi di Mandiri Sekuritas Cabang Kota Padang.

- c) Minat nasabah menggunakan sistem *online trading* ternyata di pengaruhi oleh Persepsi kemudahankarena sistem mudah digunakan dan dipelajari sehingga nasabah dapat menjadi mahir menggunakan layanan ini. Persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan layanan sistem *online trading* untuk berinvestasi. Hal ini berarti sistem *online trading* Mandiri Sekuritas yang mudah digunakan memberikan pengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan sistem *online trading* untuk berinvestasi di Mandiri Sekuritas Cabang Kota Padang.
- d) Minat nasabah menggunakan sistem *online trading* ternyata di pengaruhi oleh Persepsi keuntungan karena sistem biayanya murah, dengan adanya layanan sistem transaksi menjadi lebih cepat serta adanya transparansi laporan keuangan investor. Persepsi keuntungan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan layanan sistem *online trading* untuk berinvestasi. Hal ini berarti sistem *online trading* Mandiri Sekuritas memberikan keuntungan karena membuat transaksi menjadi cepat memberikan pengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan sistem *online trading* untuk berinvestasi di Mandiri Sekuritas Cabang Kota Padang.

Minat nasabah menggunakan layanan sistem *online trading* untuk berinvestasi cenderung lebih besar dipengaruhi oleh variabel persepsi keuntungan. Hal ini dibuktikan dari hasil analisis regresi dimana nilai koefisien persepsi keuntungan adalah regresi tertinggi di bandingkan variabel lainnya. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan dan pengolahan data dengan *software* SPSS maka dapat dikatakan bahwa pengaruh persepsi keuntungan mempunyai korelasi positif terbesar diantara persepsi lainnya terhadap minat menggunakan layanan sistem *online trading* dan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan layanan sistem *online trading* untuk berinvestasi.

Oleh karena itu, agar nasabah berminat menggunakan layanan sistem *online trading* maka pengaruh persepsi keuntungan, terutama karena layanan sistem *online trading* membuat transaksi menjadi lebih cepat, memberikan transparansi laporan keuangan serta biaya yang lebih murah mempunyai peranan yang besar dalam meningkatkan minat nasabah untuk berinvestasi.

5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi keuntungan terhadap minat menggunakan layanan sistem *online trading* untuk berinvestasi di Mandiri Sekuritas di kota Padang. Berdasarkan tanggapan nasabah dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa minat menggunakan sistem *online trading* dipengaruhi oleh persepsi kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi

keuntungan. Penelitian ini dilihat berdasarkan variabel persepsi keuntungan yang berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat menggunakan layanan sistem *online trading* untuk berinvestasi di Mandiri Sekuritas di kota Padang. Selanjutnya diharapkan Mandiri Sekuritas bisa lebih menyempurnakan layanan sistem *online trading* agar menarik banyak minat investor untuk berinvestasi dan memanfaatkan layanan sistem ini.

Hasil penelitian untuk variabel persepsi kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi keuntungan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan sistem *online trading*. Pengaruh persepsi keuntungan berhubungan positif dengan minat nasabah dalam menggunakan layanan sistem *online trading*. Jaminan yang diberikan Mandiri sekuritas tentang kelebihan yang diberikan sistem dapat membuat nasabah mulai tertarik dan mencoba memanfaatkan atas tersedianya layanan ini. Selama sistem *online trading* tetap mempertahankan kualitas dan kelebihan layanannya, maka dapat menghasilkan kepercayaan dan kepuasan nasabah yang bernilai tinggi juga. Dalam konteks ini, para nasabah telah yakin dan percaya dengan layanan sistem *online trading* untuk berinvestasi.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari, hasil penelitian ini masih sangat jauh dari kesempurnaan dan memiliki keterbatasan-keterbatasan yang mungkin akan mempengaruhi hasil yang diinginkan, oleh karena itu keterbatasan ini diharapkan lebih diperhatikan untuk

peneliti-peneliti yang akan datang, dimana kelemahan-kelemahan yang peneliti temui antara lain :

1. Penyebaran dan pengambilan data melalui kuisioner mempunyai kelemahan yang menimbulkan pembiasan *perceptual*, yaitu perbedaan seseorang dalam memandang sesuatu, sehingga peneliti tidak dapat mengendalikan jawaban dari masing-masing responden.
2. Penelitian ini tidak mempertimbangkan atau tidak mengikutsertakan beberapa variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi variabel minat investor diluar variabel yang peneliti teliti.

5.4 Saran

1. Persepsi kegunaanmemang mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan sistem *online trading*, tetapi pengaruhnya tidak terlalu kuat dibandingkan dengan persepsi kepercayaan, kemudahan dan keuntungan. Maka diharapkan Mandiri Sekuritas lebih berusahameningkatkan pemahaman tentang kegunaan sistem *online trading*. karena layanan ini dapat membantu transaksi nasabah menjadi lebih mudah dan cepat sehingga transaksi investasi meningkat. Dan beberapa cara yang dapat dilakukan adalah dengan lebih sering berinteraksi dengan nasabah dan mengadakan pelatihan praktek pengaplikasian sistem *online trading*.

2. Sebaiknya Mandiri sekuritas bisa meyakinkan nasabah lama tentang keistimewaan yang diberikan bila menggunakan layanan sistem *online trading* untuk berinvestasi, karena nasabah lama masih mengandalkan jasa *broker* serta membangun kepercayaan nasabah bahwa sistem mudah digunakan.



DAFTAR PUSTAKA

- Adams, D.A., R.R. Nelson, P. A. Todd, 1992. *“Perceived Usefulness, Ease of Use and Usage of Information Technology: A Replication”*, MIS Quarterly, 16 (2), pp. 227-247.
- Anggraini, R.Y. 2012. *Penerimaan Internet Banking: Pendekatan Technology Acceptance Model yang Dimodifikasi*. Malang: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. (<http://jimfeb.ub.ac.id>).
- Bergeron, Francois and Raymond, Louis., 1992. *“Planing of Information Systems to Gain a Competitive Edge”*. *Journal of Small Business Management*. January, pg. 21-26.
- Bursa Efek Indonesia. (tanpa tahun). *Sejarah Bursa Efek Indonesia*. (<http://www.idx.co.id/id-id/beranda/tentangbei/sejarah.aspx>), diakses pada 11 Oktober 2015.
- Butler, J.K. 1991 *“Toward Understanding and Measuring Condition of Trust: Evolution of a Conditions of Trust Inventory”*. *Journal of Management*
- Chin, W.C. dan Todd, P.A. 1995. *On the Use, Usefulness and Ease of Use of Structural Equation Modelling in MIS Research: A Note of Caution*. MIS Quarterly, Vol. 19 No. 2, pp. 237-46.
- Cooper, Donal R. dan Emory, William, 1999. *Metode Penelitian Bisnis*, alih bahasa Widyono Soecipto dan Uka Wikarya, Jilid 11, Jakarta: Erlangga.
- Cosby, Paul C. 2009. *Methods in Behavioral Research*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Davis, F.D (1989). *“Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology”*, MIS Quarterly, 13 (5), pp. 319-339.
- Djarmiko, Harmanto Edy. 2004. *Bukan Lagi Sekedar Gagah-Gagahan*, Majalah Swa, 24/XX/25 November- 8 Desember.

- Gefen, D., Karahanna, E., Straub, D.W. 2003. "Trust and TAM in online shopping: an integrated model". MIS Quarterly, Volume 27, Nomor 1; 51–90.
- Ghozali, Imam, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Ketiga, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handarbeni, G. 2012. "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam bertransaksi saham dengan menggunakan online trading (Studi kasus: PT BNI Securities)". Skripsi. Salemba: Program Ekstensi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Hartono, J.M. (2007). Sistem informasi keperilakuan (edisi Revisi ed.) Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Teknologi Keperilakuan*. Yogyakarta : Andi.
- Kinncar, Thomas C. and James R. Taylor, 1995. *Marketing Research: An Applied Approach*. McGraw Hill Text.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane 2009, *Manajemen Pemasaran Jilid I*, Edisi 13, Erlangga, Jakarta.
- May, E. 2013. *Smart Trader Rich Investor: The Baby Steps*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). *An integrative model of organizational trust*. *Academy of Management Review*, 20, 709–734.
- Pavlou. (2002). *Consumer Intention to Adopt Electronic Commerce Incorporating Trust and Risk in Technology Acceptance Model*. *Journal of Logistics Information Management*.
- Saraswati, P. & Baridwan, Z. 2013. "Penerimaan sistem e-commerce: pengaruh kepercayaan, persepsi manfaat dan persepsi risiko". Skripsi. Malang: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. (<http://jimfeb.ub.ac.id>), diakses pada 25 September 2013.

- Sekaran, U. 2006. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. PT.Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Subagyo, V., Setiawan, M., Rahayu, M. 2011. *Peran serta masyarakat daerah terhadap perkembangan pasar modal Indonesia melalui online trading*. Seminar *Competitive Advantage I. (Online)*, Volume 1, Nomor 1.
- Shun Wang, Yi., Yu-Min Wang., Hsin-Hui Lin., dan Tzung-I Tang. 2003. *Determinants of User Acceptance of Internet Banking: An Empirical Study*, *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 14, No. 5, pp. 501-519.
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya. (<http://www.journal.unipdu.ac.id>), diakses 5 November 2013.
- Schiffman, Leon., and L.L. Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen*. Edisi ketujuh. PT. Indeks. Jakarta.
- Steven, Michael. 2013. *Investor Belum Optimalkan Online Trading*. (https://www.ipotnews.com/m/article.php?jdl=Investor_Belum_Optimalkan_Online_Trading&level2=&level3=&level4=indeksindonesia&news_id=39347&group_news=RESEARCHNEWS&taging_subtype=BANKING&popular=&search=y&q=), diakses 20 September 2013.
- Vidayana, 2013. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investor Dalam Menggunakan Sistem Perdagangan Saham Online". *Journal of Business Strategy and Execution*. 5(1), pg. 55-76.

