

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, PENGETAHUAN DAN PERSEPSI KEGUNAAN TERHADAP NIAT UNTUK MENGUNAKAN APLIKASI TRADING

Merry Tenia

Nindya Putri

Program Studi Manajemen, Universitas Prima Indonesia

Tujuan Penelitian adalah untuk menguji dan menganalisis Persepsi kemudahan, kepercayaan, pengetahuan dan persepsi kegunaan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap niat untuk menggunakan aplikasi *trading*. Sampel sebanyak 109 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling*. Hasil pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,196 > 1,983$ dan signifikan yang diperoleh $0,030 < 0,05$, berarti bahwa hipotesis diterima yaitu persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap niat untuk menggunakan aplikasi *trading*. Hasil pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,038 > 1,983$ dan signifikan yang diperoleh $0,044 < 0,05$, berarti bahwa hipotesis diterima yaitu kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap niat untuk menggunakan aplikasi *trading*. Hasil pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,135 > 1,983$ dan signifikan yang diperoleh $0,035 < 0,05$, berarti bahwa hipotesis diterima yaitu pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap niat untuk menggunakan aplikasi *trading*. Hasil pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,421 > 1,983$ dan signifikan yang diperoleh $0,017 < 0,05$, berarti bahwa hipotesis diterima yaitu persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap niat untuk menggunakan aplikasi *trading*. Hasil pengujian diperoleh nilai $F_{hitung} (12,141) > F_{tabel} (2,46)$ dan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, berarti bahwa H_4 diterima yaitu persepsi kemudahan, kepercayaan, pengetahuan dan persepsi kegunaan berpengaruh berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap niat untuk menggunakan aplikasi *trading*.

Kata kunci: Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Pengetahuan, Persepsi Kegunaan, Niat untuk menggunakan Aplikasi *Trading*