



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 3.3.1 Ajaib Group

Ajaib Group, berdiri sejak tahun 2018 dengan menaungi Ajaib Sekuritas (PT Ajaib Sekuritas Asia) dan Ajaib Reksa Dana (PT Takjub Teknologi Indonesia). Ajaib dapat diakses secara *online* melalui laman web maupun melalui aplikasi, oleh berbagai lapisan masyarakat.

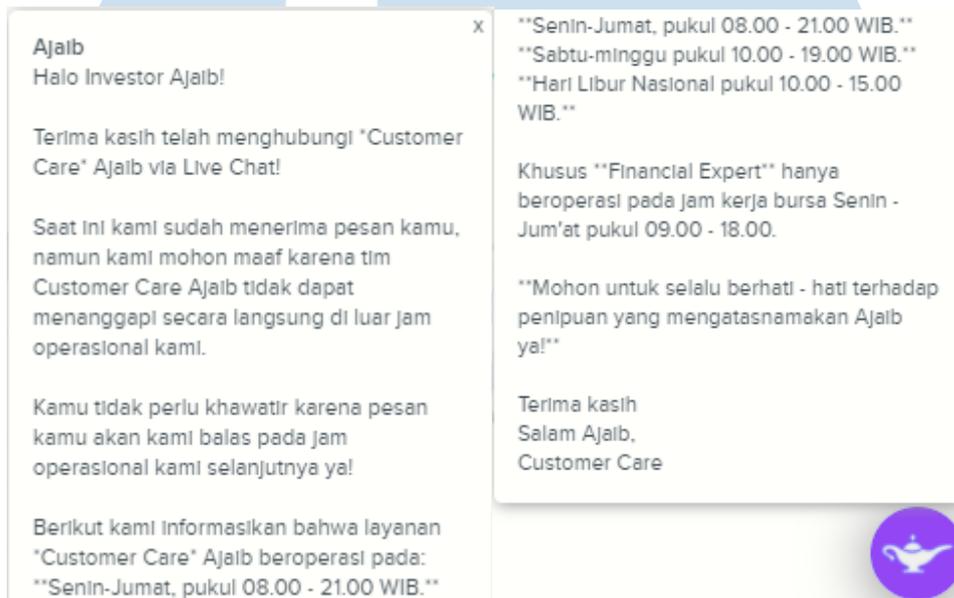


Sumber: Ajaib.co.id

**Gambar 3.1 Logo Ajaib**

Ajaib Group memiliki visi untuk meningkatkan angka inklusi keuangan masyarakat Indonesia melalui investasi. Digerakkan oleh visi ini, Ajaib Group berkomitmen dalam membuka pintu akses masyarakat terhadap instrument investasi yang aman, terpercaya, dan terjangkau.

Ajaib Group memiliki misi untuk mendukung masyarakat Indonesia akan pentingnya investasi demi masa depan. Dikarenakan misi ini lah yang mendorong Ajaib Group untuk aktif dalam mengadakan seminar, pendekatan pada universitas, dan pendidikan *online*.



Sumber: Ajaib.co.id

### Gambar 3.2 Ajaib Live Chat

Dalam usaha meningkatkan pemahaman masyarakat yang berniat menjadi investor, Ajaib menyediakan layanan *Customer Care*. Sesuai dengan yang dapat dilihat pada gambar 3.2 di atas, layanan *Customer Care* berupa *live chat* yang dapat membantu dalam menjawab pertanyaan seputar cara penggunaan hingga mengajukan pertanyaan kepada *financial expert* sesuai dengan jadwal yang ditetapkan.

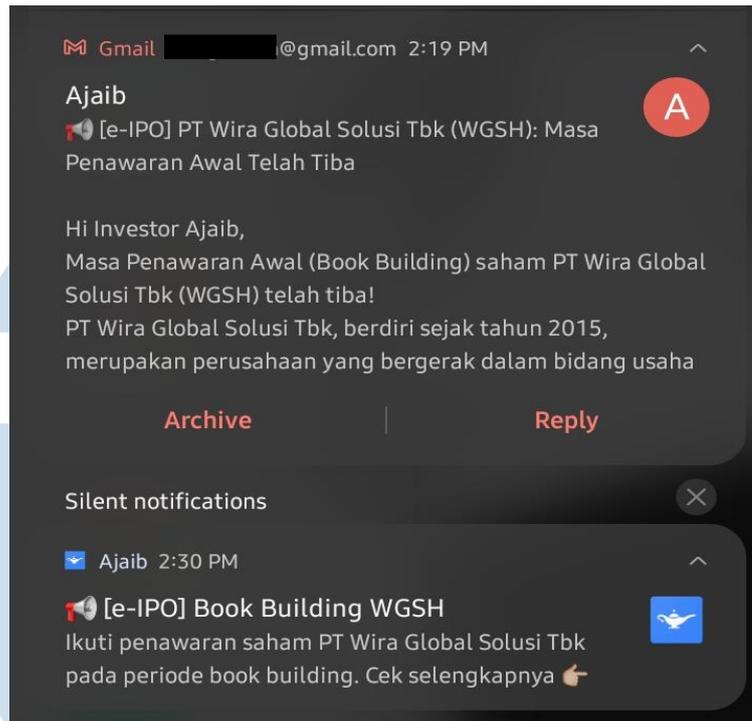
Dengan tujuan meningkatkan kepercayaan dan menurunkan keraguan masyarakat dalam menggunakan Ajaib, Ajaib Group mendapatkan izin dari

beberapa lembaga terkait yang dapat mewujudkan hal tersebut, diantaranya adalah Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bursa Efek Indonesia (IDX), Indonesia SIPF (*Securities Investor Protection Fund*), dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo).

### 3.3.2 Ajaib Sekuritas

Ajaib Sekuritas atau PT Ajaib Sekuritas Asia berdiri pada tahun 1989 dan terdaftar pada OJK dengan nomor izin KEP-171/PM/1992. Ajaib Sekuritas memiliki visi untuk menjadi perusahaan efek nasional dan berpartisipasi untuk mengembangkan Pasar Modal Indonesia ke taraf dunia. Untuk mendukung visi tersebut Ajaib Sekuritas menyediakan akses yang mudah dan terjangkau terhadap saham-saham favorit.

Selain itu, Ajaib Sekuritas juga menyediakan layanan yang dapat mempermudah dan membantu investor dalam berinvestasi saham, yakni *trade better, trade smarter*. Dengan “*trade better, trade smarter*” investor diberikan tiga layanan yang dapat dinikmati, yaitu “Ajaib Alert” dimana memungkinkan untuk investor *trading* saham lebih cepat dengan mengetahui kapan waktu terbaik untuk *buy* maupun *cut loss* saham pilihan, selanjutnya yaitu “*Competitive Ranking*” dimana investor dapat memilih saham lebih cermat dengan membandingkan kekuatan fundamental competitor saham yang ingin dipilih, dan terakhir yakni “*News Highlight*” dimana dapat membantu investor lebih yakin dengan menyediakan rangkuman mengenai saham yang menjadi sorotan dari media ternama.



Sumber: Dok. Pribadi

**Gambar 3.3 Ajaib Trade Better, Trade Smarter**

### 3.3.3 Ajaib Reksa Dana

Terdaftar pada OJK dengan nomor izin KEP-17/PM.21/2018, Ajaib Reksa Dana atau PT Takjub Teknologi Indonesia berdiri pada Januari 2019. Adapun visi yang dimiliki Ajaib Reksa Dana adalah untuk membuka pintu akses terhadap investasi aman dan terpercaya dengan menyediakan layanan reksa dana online. Dengan ini investor dapat berinvestasi saham, obligasi, dan pasar uang melalui reksa dana sesuai dengan profil resiko setiap individu. Dalam mempermudah investor untuk memilih investasi sesuai dengan profil resikonya, Ajaib Reksa Dana per 9 November 2021 terdaftar oleh OJK memiliki 193 produk reksa dana.

Selain memberikan investor dengan sejumlah pilihan produk reksa dana yang bisa disesuaikan dengan profil resiko individu, Ajaib Reksa Dana juga berkerja sama dengan beberapa manajer investasi terbaik untuk meningkatkan kepercayaan investor dalam memilih produk investasi. Adapun beberapa manajer investasi yang berkejasama dengan Ajaib, seperti Avirst Asset Management, Ciptadana Asset Management, Insight Investment Management, MNC Asset Management, Indopremier Investment, dan sebagainya. Dengan usaha Ajaib dalam memfasilitasi investor dalam berinvestasi reksa dana, Ajaib Reksa Dana mendapatkan beberapa penghargaan atas beberapa kategori terkait, sesuai dengan gambar 3.4 dibawah.



Sumber: Ajaib.co.id

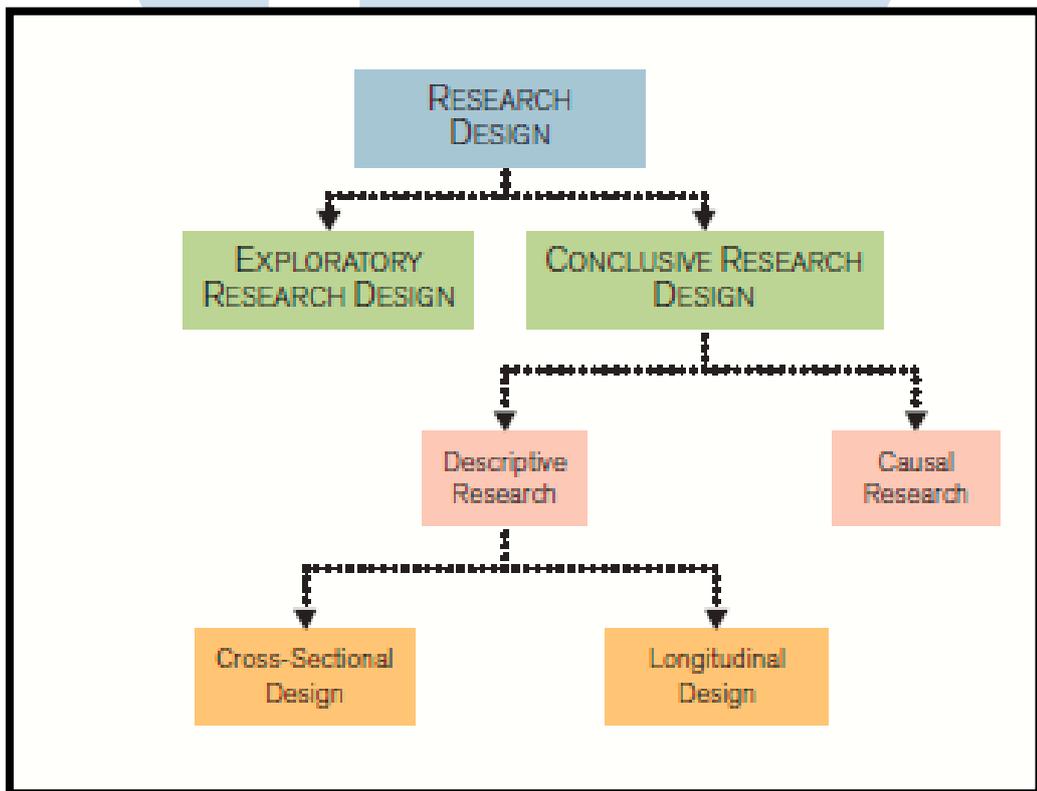
**Gambar 3.4 Penghargaan Ajaib**

### 3.2 Desain Penelitian

*Research design* atau desain penelitian didefinisikan oleh Malhotra (2012) sebagai bingkai kerja yang berisikan mengenai prosedur dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk menyusun dan menyelesaikan persoalan riset pemasaran.

#### 3.2.1 Jenis Penelitian

Desain penelitian pada umumnya dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis, yakni *exploratory research* dan *conclusive research* seperti yang terlihat pada gambar 3.5 berikut ini (Malhotra, 2012).



Sumber: Malhotra, 2012

Gambar 3.5 Klasifikasi *Marketing Research Design*

## 1. *Exploratory Research Design*

Menurut Malhotra (2012), jenis penelitian *exploratory research* memiliki tujuan untuk mendapatkan wawasan dan memahami suatu persoalan yang dapat dihadapi oleh peneliti. Desain penelitian ini dapat digunakan jika peneliti merasa penelitian yang dijalankan masih dirasakan adanya kekurangan penjelesaian (Malhotra, 2012). Penelitian dengan menggunakan *exploratory research* pada umumnya memiliki proses penelitian yang lebih flexible dan tidak terstruktur, serta analisa data bersifat kualitatif (Malhotra, 2012).

## 2. *Conclusive Research Design*

Menurut Malhotra (2012), jenis penelitian *conclusive research* didesain dengan tujuan untuk membantu peneliti dalam menentukan, mengevaluasi, dan memilih pilihan terbaik yang dapat diambil dalam sebuah permasalahan. *Conclusive research* dapat digunakan untuk memverifikasi wawasan dan pemahaman yang didapat melalui *exploratory research* (Malhotra, 2012). Berbeda dengan *exploratory research*, *conclusive research* memiliki proses penelitian yang lebih bersifat formal dan terstruktur yang mana langkah-langkah dan data-data secara spesifik dibutuhkan untuk diolah secara statistic (Malhotra, 2012). Malhotra (2012) kemudian membagi kembali *conclusive research* menjadi dua jenis, yaitu:

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## A. *Descriptive Research*

Malhotra (2012) menjelaskan *descriptive research* sebagai tipe *conclusive research* yang ditujukan untuk menjelaskan sebuah karakteristik atau fungsi pasar. Malhotra (2012) kemudian membagi kembali *descriptive research* menjadi dua jenis, yaitu:

### a. *Cross-sectional Design*

Menurut Malhotra (2012), *cross-sectional design* digunakan dalam penelitian yang cukup membutuhkan pengumpulan informasi hanya sekali (*single cross-sectional design*) atau beberapa kali (*multiple cross-sectional*) pada setiap sampel dari tiap elemen populasi.

### b. *Longitudinal Design*

Menurut Malhotra (2012), berbeda dengan *cross-sectional design*, *longitudinal design* menggunakan *fixed sample* dari elemen populasi yang dapat dikumpulkan berulang kali.

## B. *Causal Research*

Malhotra (2012) menjelaskan *causal research* sebagai tipe *conclusive research* yang ditujukan untuk mendapatkan bukti atas suatu hubungan sebab-akibat.

Pada penelitian ini, metode yang akan digunakan adalah *conclusive research design* dengan jenis *descriptive research cross-sectional design*. Penggunaan jenis

penelitian ini digunakan untuk menjelaskan fenomena yang terjadi, serta sample yang akan diambil hanya dilakukan sekali.

### **3.2.2 Research Data**

Malhotra (2012) membagi *research data* menjadi dua, yaitu:

#### **1. Primary Data**

*Primary data* merupakan data yang berasal dari hasil penelitian yang sedang atau telah terjadi mengenai sebuah permasalahan spesifik (Malhotra, 2012).

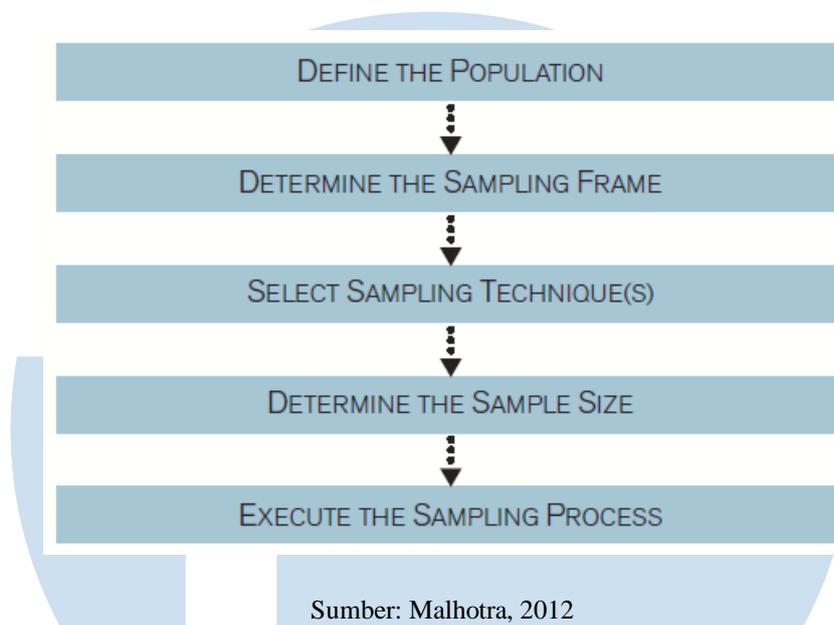
#### **2. Secondary Data**

*Secondary data* merupakan data yang berasal dari pihak ketiga layaknya sebuah organisasi public maupun pemerintah hingga internet dengan tujuan selain dari permasalahan utama (Malhotra, 2012).

Pada penelitian ini, data yang akan digunakan adalah *primary data* dan *secondary data* sebagai acuan. *Primary data* yang akan digunakan sebagai sumber data utama yaitu melalui survey. *Secondary data* yang akan dalam penelitian ini berasal dari artikel, jurnal, dan karya ilmiah sebagai data pendukung.

### **3.3 Populasi dan Sampel Penelitian**

Dalam menentukan *sample* yang akan digunakan, Malhotra (2012) menyatakan bahwa terdapat beberapa tahapan yang harus dilakukan dalam sebuah penelitian. Tahapan – tahapan tersebut terdiri dari 5 tahapan yang sangat berkaitan dengan penelitian, tahapan ini disebut sebagai *sampling design process*.



**Gambar 3.6 Sampling Design Process**

Pada gambar 3.6 diatas menunjukkan tahapan – tahapan *sampling design process* yang harus dilakukan dalam sebuah penelitian. Tahap pertama dimulai dengan menetapkan target populasi, dilanjutkan dengan menentukan *sampling frame* pada penelitian, setelah itu menentukan *sampling technique*, dilanjutkan dengan menentukan *sampling size* penelitian, dan melakukan eksekusi kepada *sampling process* (Malhotra, 2012).

### 3.3.1 Target Populasi

Malhotra (2012) menjelaskan target populasi sebagai kumpulan elemen atau objek yang memiliki informasi yang dibutuhkan oleh peneliti dan dapat membantu peneliti dalam menentukan kesimpulan terhadap fenomena yang sedang diteliti. Malhotra (2012) juga menambahkan bahwa dalam target populasi, peneliti harus memperjelas kembali siapa yang dapat menjadi sampel dan siapa yang tidak dapat menjadi sampel berdasarkan penelitian yang sedang

dilakukan. Pada penelitian ini, target populasi yang akan digunakan adalah orang-orang yang pernah mengunggah aplikasi investasi Ajaib namun belum melakukan transaksi.

### **3.3.2 Sampling Unit**

Malhotra (2012) menjelaskan *sampling unit* merupakan elemen dasar yang memiliki karakteristik dari target populasi yang akan menjadi sampel penelitian. Pada penelitian ini, *sampling unit* yang akan digunakan adalah pria dan wanita yang termasuk ke dalam klasifikasi generasi Z, yakni berusia 17 tahun hingga 24 per tahun 2021 (kelahiran tahun 1997 – 2004) dan pernah mengunggah aplikasi investasi Ajaib namun belum pernah melakukan transaksi.

### **3.3.3 Sampling Frame**

*Sampling frame* menurut Malhotra (2012) merupakan representasi dari dasar yang terdapat pada target populasi dan terdiri atas daftar atau rangkaian arahan yang digunakan untuk mengidentifikasi target populasi. Pada penelitian ini tidak terdapat *sampling frame*.

### **3.3.4 Sampling Techniques**

Malhotra (2012) menjelaskan *sampling technique* dengan membaginya menjadi dua jenis, yaitu *probability* dan *non-probability*. *Probability sampling* merupakan proses pengambilan *sample* dimana setiap elemen yang terdapat pada target populasi memiliki kemungkinan pasti akan terpilih sebagai sampel. Berbeda dengan *probability sampling*, proses pengambilan dengan menggunakan *non-probability sampling* setiap sampel yang diambil dari target

populasi memiliki ketentuan lebih yang telah ditentukan oleh peneliti berdasarkan penilaian pribadi dari peneliti (Malhotra, 2012).

Malhotra (2012) menjelaskan kembali jika *non-probability sampling* dapat dibagi menjadi 4 jenis, yaitu:

1. *Convenience Sampling*

Menurut Malhotra (2012) *convenience sampling* merupakan salah satu teknik *non-probability sampling* yang memudahkan peneliti untuk mendapatkan sampel penelitian.

2. *Judgmental Sampling*

*Judgmental sampling* merupakan salah satu teknik *non-probability sampling* yang dimana populasinya ditentukan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan penelitian (Malhotra, 2012).

3. *Quota Sampling*

Menurut Malhotra (2012), *quota sampling* merupakan salah satu teknik *non-probability sampling* yang memiliki dua tahapan pada prosesnya. Tahapan pertama dimulai dengan menentukan kuota dari masing-masing elemen populasi. Tahapan kedua dilanjutkan dengan menentukan sampel menggunakan teknik *convenience* atau *judgmental*.

4. *Snowball Sampling*

*Snowball sampling* merupakan salah satu teknik *non-probability sampling* yang mana kelompok responden akan dipilih secara acak dengan

berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan peneliti, yang berikutnya responden dipilih berdasarkan informasi responden sebelumnya (Malhotra, 2012).

Pada penelitian ini, teknik *sampling* yang akan digunakan peneliti adalah *non-probability sampling* dikarenakan penelitian ini tidak memiliki list atau data responden. Teknik *non-probability sampling* yang akan digunakan ialah *judgemental sampling* karena elemen sample yang akan dipilih harus berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti agar sample dapat mewakili populasi.

### **3.3.5 Sampling Size**

Menurut Malhotra (2012) *sampling size* merupakan jumlah *elemen* dimasukkan kedalam penelitian. Menurut Hair et al (2019), terdapat peraturan umum yang perlu diperhatikan dalam menentukan jumlah sample yang dibutuhkan dalam sebuah penelitian, dengan menggunakan asumsi  $n \times 5$  per variabel observasi. Sehingga pada penelitian ini, jumlah item pertanyaan sebanyak 21 pertanyaan, maka jumlah *sampling size* yang dibutuhkan minimal sebanyak  $21 \times 5$  atau 105 sampel.

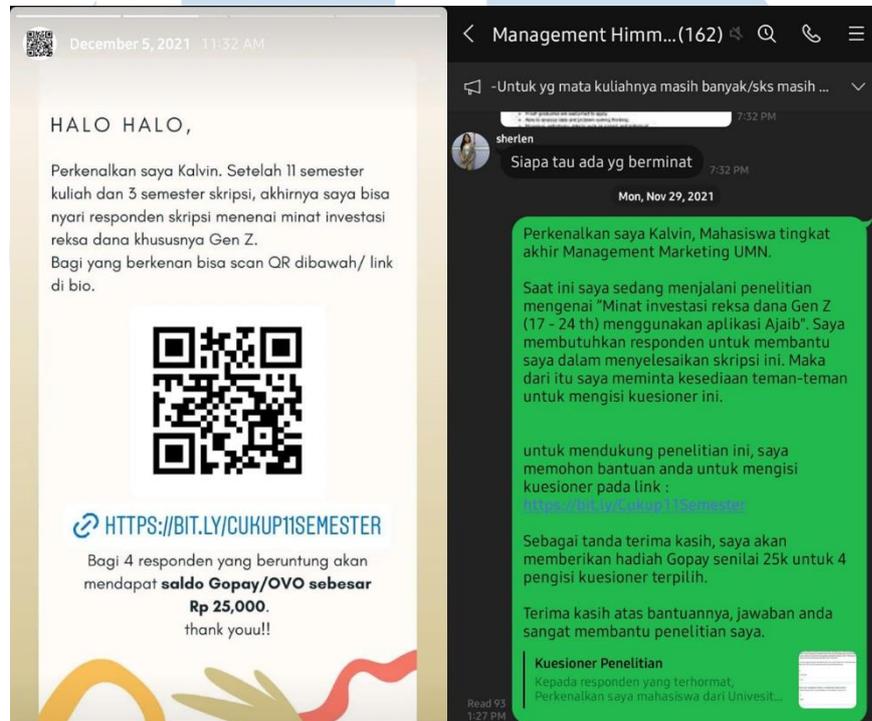
## **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

### **3.4.1 Periode Penelitian**

Penelitian ini berjalan selama kurang lebih selama 4 bulan dari perumusan latar belakang, perumusan masalah, pengumpulan data, pengolahan data, membuat kesimpulan penelitian dan saran. Penelitian ini dimulai sejak

September hingga Desember 2021. Penyebaran kuesioner sebagai sumber data utama dilakukan sejak November hingga Desember 2021.

### 3.4.2 Pengumpulan Data



Sumber: Dok.Pribadi

### Gambar 3.7 Penyebaran Survei Secara Digital

Data sekunder yang dikumpulkan pada penelitian ini berupa jurnal penelitian terkait, buku pembahasan terkait, artikel dari lembaga yang memiliki kredibilitas, dan buku atau e-book dengan bahasan terkait. Data primer diperoleh peneliti dengan menyebarkan kuesioner secara online. Peneliti menggunakan Google Form dengan link <https://bit.ly/Cukup11Semester> sebagai media untuk melakukan survei yang disebarakan secara digital, seperti Line, Whatsapp, dan Instagram.

### 3.4.3 Proses Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa langkah – langkah yang lakukan peneliti lakukan, yaitu:

1. Mengumpulkan dan menganalisa sumber data sekunder, mulai dari jurnal, artikel, dan buku/ e-book. Dengan informasi yang didapat akan digunakan untuk membantu peneliti dalam menyusun latar belakang, landasan teori, pengembangan hipotesis, dan membuat kerangka penelitian.
2. Menentukan metode penelitian yang akan digunakan. Dimulai dari menentukan definisi operasional, *research design*, *sampling process*, dan teknik analisi data berdasarkan studi literatur dan buku ilmiah.
3. Menyusun *measurement item* berdasarkan jurnal utama dan jurnal pendukung yang telah ditetapkan, serta membuat pertanyaan yang tepat untuk mengukur objek penelitian dengan tepat.
4. Melakukan *pre-test* dengan menggunakan 30 responden untuk memastikan ketepatan *measurement item* yang telah disiapkan untuk menguji validitas dan reliabilitas menggunakan SPSS.
5. Memperbaiki kuesioner penelitian sesuai dengan hasil *pre-test* dan melanjutkan kembali penelitian dengan menyebarkan kuesioner yang telah disesuaikan dengan *pre-test*.
6. Mengolah data yang telah diperoleh dengan menggunakan *software LISREL* untuk menguji hipotesis interaksi antar variabel.
7. Analisa data dari hasil penelitian dan membuat kesimpulan beserta saran dari penelitian yang telah dilakukan.

### 3.5 Teknik Analisis Data

Manurut Malhotra (2012), uji *pre-test* Merujuk kepada survei terstruktur dengan ukuran sample yang pada umumnya sebanyak 15- 30 responden, hal ini dilakukan untuk mengidentifikasi dan mengeliminasi kesalahan potensial. Dalam penelitian ini, uji *pre-test* dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS dan analisa data dilakukakan dengan mengukur validitas dan reliabilitas data yang diperoleh dari 30 responden.

#### 3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

##### 3.5.1.1 Uji Validitas

Menurut Malhotra (2012), validitas dapat diartikan sebagai suatu *measurement* yang mewakili objek dari penelitian dan tidak menunjukkan adanya kesalahan baik sistematis maupun tidak pada setiap *measurement* yang digunakan untuk setiap variabel. Adapun beberapa persyaratan nilai untuk mengukur validitas data, yaitu:

1. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) adalah indeks yang digunakan untuk menguji kecocokan analisa. Apabila nilai  $KMO \geq 0,5$  maka analisa faktor telah valid, jika nilai  $KMO < 0,5$  maka analisa faktor tidak valid (Malhotra, 2012).
2. Barlett's *test of sphericity* adalah uji statistic yang pada umumnya digunakan untuk menguji sebuah hipotesa. Apabila uji nilai signifikan  $\leq 0.05$  maka hal ini menunjukkan bahwa hubungan variable dan indikator signifikan (Hair et al, 2019).

3. *Anti-image correlation matrix* adalah uji statistic yang berguna untuk memprediksi interaksi antar variabel. Apabila nilai  $MSA = 1$  maka tidak ada kesalahan antar variabel, jika nilai  $MSA \geq 0.50$  perlu adanya analisa lebih lanjut. Nilai  $MSA \leq 0.50$  menandakan bahwa variabel tidak dapat dianalisa lebih lanjut dan perlu adanya pengulangan analisa faktor dengan mengeluarkan indikator berkaiitan (Hair et al, 2019).
4. *Factor loading of* atau *component matrix* adalah kriteria suatu indikator dapat dikatakan valid apabila membentuk faktor dengan nilai *component matrix*  $MSA \geq 0.50$  (Hair et al, 2019).

#### **3.5.1.2 Uji Reliabilitas**

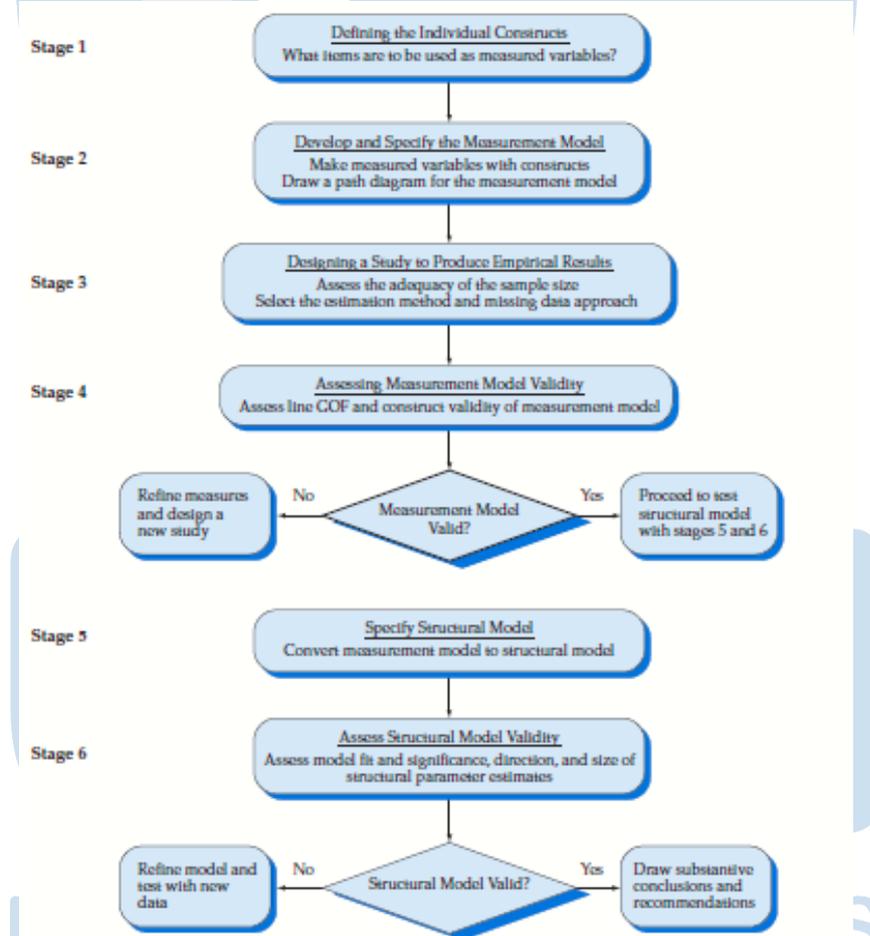
Uji reliabilitas merupakan tingkat konsisten atas sejauh mana suatu skala agar dapat menghasilkan hasil yang stabil jika pengukuran dilakukan secara berulang kali pada suatu indikator (Malhotra, 2012). Berbeda dengan uji validitas, menurut Hair et al (2019) uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur dan memastikan bahwa nilai *measurement* dapat diandalkan.

Pada penelitian ini, tingkat tealibilitas diukur dengan menggunakan *reliability coefficient*. Dengan menggunakan *reliability coefficient*, tingkat konsistensi dinilai dari keseluruhan skala *Cronbach's alpha*. Pada umumnya nilai minimum pada *Cronbach's alpha* adalah 0.60 (Hair et al, 2019).

#### **3.5.2 Analisa Data Penelitian**

Pada penelitian ini, metode analisa data yang digunakan adalah *Strructural Equation Model* (SEM). Digunakannya metode SEM pada penelitian ini

disebabkan model penelitian memiliki lebih dari satu variabel endogen dan hubungan structural yang cukup banyak. Menurut Hair et al (2019) SEM merupakan salah satu teknik *multivariate* yang menjelaskan hubungan antar beberapa variabel. SEM digunakan oleh peneliti untuk meneliti beberapa indikator pada satu variabel *independent* maupun *dependent* (Hair et al, 2019). Secara lebih lanjut SEM terbagi menjadi enam tahapan seperti yang ditunjukkan pada gambar 3.8 di bawah.



Sumber: Hair et al, 2019

**Gambar 3.8 Tahapan Structural Equation Modeling**

Pada salah satu tahapannya, SEM menggunakan *Goodness of Fit* (GOF). GOF digunakan untuk menguji kecocokan antar indikator yang digunakan (Hair et al, 2019). Dalam mengukur kecocokannya GOF dibagi menjadi 3, yaitu:

1. *Absolute Fit Indices*

*Absolute Fit Indices* mengukur kecocokan model penelitian yang dibuat oleh peneliti serta melakukan perbandingan antara teori yang digunakan dengan data yang didapat secara langsung.

2. *Incremental Fit Indices*

Berbeda dengan *absolute fit indices*, *incremental fit indices* mengukur kecocokan model penelitian dengan model dasar atau *null model* sebagai alternative.

3. *Parsimony Fit Indices*

*Parsimony fit indice* mengukur kecocokan berdasarkan dari tingkat *complexity* model penelitian.

Pada penelitian ini, dalam upaya mengolah data yang diperoleh peneliti menggunakan *software* LISREL dengan metode SEM. Dalam mengukur *goodness of fit* atau tingkat kecocokan model, terdapat kriteria yang dapat dijadikan sebagai acuan seperti yang ditunjukkan pada tabel 3.1 berikut ini:

**Tabel 3.1 Kriteria Pengukuran *Goodness of Fit***

Fit Index		Cutoff Value for Goodnes of Fit Index					
		N < 250			N > 250		
		m ≤ 12	12 < m < 30	m ≥ 30	m ≤ 12	12 < m < 30	m ≥ 30
<b>Absolute Fit Indices</b>							
1	Chi-square ( $\chi^2$ )	Insignificant p-values expected	Significant p-values even with good fit	Significant p-values expected	Insignificant p-values even with good fit	Significant p-values expected	Significant p-values expected
2	GFI	GFI > 0.90					
3	RMSEA	RMSEA < 0.08 with CFI ≥ 0.97	RMSEA < 0.08 with CFI ≥ 0.95	RMSEA < 0.08 with CFI ≥ 0.92	RMSEA < 0.07 with CFI ≥ 0.97	RMSEA < 0.07 with CFI ≥ 0.92	RMSEA < 0.07 with CFI ≥ 0.90
4	SMRM	Biased upward, use other indicies	SMRM ≤ 0.08 with CFI ≥ 0.95	SMRM < 0.09 (with CFI > 0.92)	Biased upward, use other indicies	SMRM ≤ 0.08 (with CFI > 0.92)	SMRM ≤ 0.08 (with CFI > 0.92)
5	Normed Chi-square ( $\chi^2/DF$ )	$(\chi^2/DF) < 3$ is very good or $2 \leq (\chi^2/DF) \leq 5$ is acceptable					
<b>Incremental Fit Indices</b>							
1	NFI	$0 \leq NFI \leq 1$ , model with perfect fit would produce an NFI of 1					
2	TLI	TLI ≥ 0.97	TLI ≥ 0.95	TLI > 0.92	TLI ≥ 0.95	TLI > 0.92	TLI > 0.90
3	CFI	CFI ≥ 0.97	CFI ≥ 0.95	CFI > 0.92	CFI ≥ 0.95	CFI > 0.92	CFI > 0.90
4	RNI	May not diagnose misspecification well	RNI ≥ 0.95	RNI > 0.92	RNI ≥ 0.95, not used with N > 1,000	RNI > 0.92, not used with N > 1,000	RNI ≥ 0.90, not used with N > 1,000
<b>Parsimony Fit Indices</b>							
1	AGFI	No statistical test is associated with AGFI, only guideliness to fit					
2	PNFI	$0 \leq NFI \leq 1$ , relatively high values represent relatively better fit					

Sumber: Hair et al, 2019

Berdasarkan Tabel 3.1 diatas, kriteria uji *goodness of fit* model dapat dilihat dengan beberapa kriteria sebagai berikut:

- Nilai Chi-square  $\chi^2$  untuk *degree of freedom*
- Satu *absolute fit index* (GFI, RMSEA, dan SRMR)
- Satu *incremental fit index* (CFI atau TLI)
- Satu *goodness of fit index* (GFI, CFI, TLI)
- Satu *badness of fit index* (RMSEA, SRMR)

### 3.5.2.1 Kecocokan Model Pengukuran

Uji kecocokan model pengukuran atau *measurement model fit* dilakukan terhadap setiap *measurement* untuk melakukan penilaian terhadap validitas dan reliabilitas dari model penelitian (Hair et al, 2019).

#### a. Evaluasi Terhadap Validitas

Suatu variabel dinyatakan valid terhadap *construct* atau variabel laten apabila memiliki *standardized loading factor* (SLF)  $\geq 0.50$  dan *t-value*  $\geq 1.96$  (Hair et al, 2019).

#### b. Evaluasi Terhadap Reliabilitas

Menurut Hair et al (2019), reliabilitas adalah ukuran tingkat keterkaitan dan konsistensi dari sebuah indikator dalam *latent construct*

atau fenomena nyata yang hanya bisa diukur dengan satu atau lebih indikator. Menurut Hair et al (2019), reliabilitas dalam *measurement model* dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$CR = \frac{(\sum SLF)^2}{(\sum SLF)^2 + (\sum error)}$$

$$VE = \frac{\sum SLF^2}{\sum SLF^2 + (\sum error)}$$

*Construct Reliability* diwakilkan dengan CR, sedangkan VE mewakilkan *Variance Extracted*. Sebuah indikator dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai  $CR \geq 0.70$  dan  $VE \geq 0.50$  (Hair et al, 2019).

Dalam penelitian ini, terdapat 6 *measurement model* yang digunakan berdasarkan variabel yang diteliti, yaitu:

1. *Perceived Security Risk*

Pada penelitian ini, *measurement model* terdiri dari 3 indikator pertanyaan yang mewakili variabel laten *Perceived Security Risk*.

2. *Perceived Privacy Risk*

Pada penelitian ini, *measurement model* terdiri dari 4 indikator pertanyaan yang mewakili variabel laten *Perceived Privacy Risk*.

3. *Perceived Financial Risk*

Pada penelitian ini, *measurement model* terdiri dari 4 indikator pertanyaan yang mewakili variabel laten *Perceived Financial Risk*.

#### 4. *Perceived Fraud Risk*

Pada penelitian ini, *measurement model* terdiri dari 3 indikator pertanyaan yang mewakili variabel laten *Perceived Fraud Risk*.

#### 5. *Investor Trust*

Pada penelitian ini, *measurement model* terdiri dari 3 indikator pertanyaan yang mewakili variabel laten *Investor Trust*.

#### 6. *Intention to Invest*

Pada penelitian ini, *measurement model* terdiri dari 4 indikator pertanyaan yang mewakili variabel laten *Intention to Invest*.

### 3.5.2.2 Kecocokan Model Struktural

Menurut Hair et al (2019) uji kecocokan model struktural atau *structural model fit* dilakukan untuk menguji hubungan struktural antar variabel dari suatu hipotesis dalam sebuah penelitian. Hair et al (2019) menambahkan bahwa sama halnya dengan kecocokan model pengukuran, kecocokan model struktural juga diukur dengan menggunakan *Goodness of Fit* (GOF) yang menyertakan kriteria, berikut:

- Nilai Chi-square  $\chi^2$  untuk *degree of freedom*
- Satu *absolute fit index* (GFI, RMSEA, dan SRMR)
- Satu *incremental fit index* (CFI atau TLI)
- Satu *goodness of fit index* (GFI, CFI, TLI)
- Satu *badness of fit index* (RMSEA, SRMR)

Setelah melakukan uji model structural, maka akan dilanjutkan dengan melakukan uji hipotesis untuk menganalisa model struktural. Hipotesis adalah sebuah pernyataan akan suatu subjek dalam parameter populasi yang telah terverifikasi (Lind et al, 2018). Sedangkan menurut Lind et al (2018), uji hipotesis adalah sebuah prosedur untuk memverifikasi hipotesis berdasarkan dari bukti sampel dan teori probabilitas. Lind et al (2018) mengajukan 6 tahapan yang dapat digunakan untuk menguji hipotesis, yakni:

1. *Null Hypothesis ( $H_0$ ) and Alternate Hypothesis ( $H_1$ )*

Diawali dengan menentukan  $H_0$  dan  $H_1$ .  $H_0$  atau *null hypothesis* merupakan sebuah pernyataan mengenai nilai parameter suatu populasi yang dikembangkan demi tujuan penelitian. Sedangkan  $H_1$  atau *alternate hypothesis* adalah sebuah pernyataan yang diterima apabila bukti dari data sampel tidak dapat membuktikan *null hypothesis*.

2. *Level of Significance*

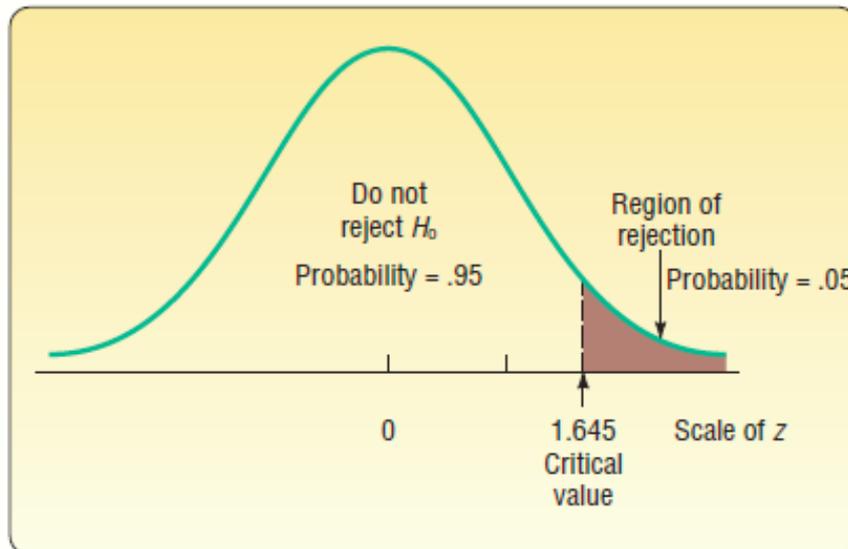
Setelah menentukan  $H_0$  dan  $H_1$  dilanjutkan dengan menentukan *level of significance*. *Level of significance* yang dilambangkan dengan huruf Yunani  $\alpha$  (alpha) adalah probabilitas penolakan untuk menolak *null hypothesis* ( $H_0$ ). Dalam penelitian ini, *level of significance* yang dipakai adalah  $\alpha = 0.05$  atau 5%.

### 3. Test Statistic

*Test statistic* adalah nilai yang ditentukan dari *sampel information* dan digunakan untuk menentukan apakah *null hypothesis* diterima atau tidak. Pada penelitian ini, *test statistic* menggunakan *t-value* untuk menerima atau menolak *null hypothesis*, *t-value* ditentukan oleh nilai *critical value* sebesar 1.65.

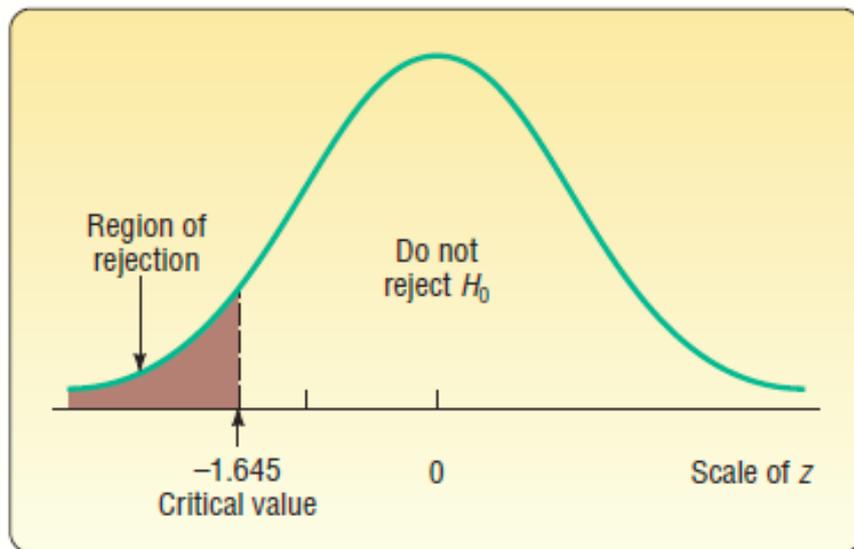
### 4. Decision Rule

*Decision rule* adalah sebuah pernyataan dari kondisi dimana *null hypothesis* masih memiliki ketidak pastian akan diterima atau tidak. Dalam penelitian ini, *one tailed test* digunakan untuk mengetahui hal tersebut dengan nilai *critical value* sebesar 1.65.



Sumber: Lind et al, 2018

**Gambar 3.9 One Tailed Test – Right**



Sumber: Lind et al, 2018

**Gambar 3.10 One Tailed Test - Left**

5. *Decision*

Pada tahapan ini, uji hipotesis dihitung menggunakan uji statistic dan dibandingkan dengan *critical value* serta untuk membuat keputusan apakah *null hypothesis* diterima atau tidak.

6. *Interpret the Result*

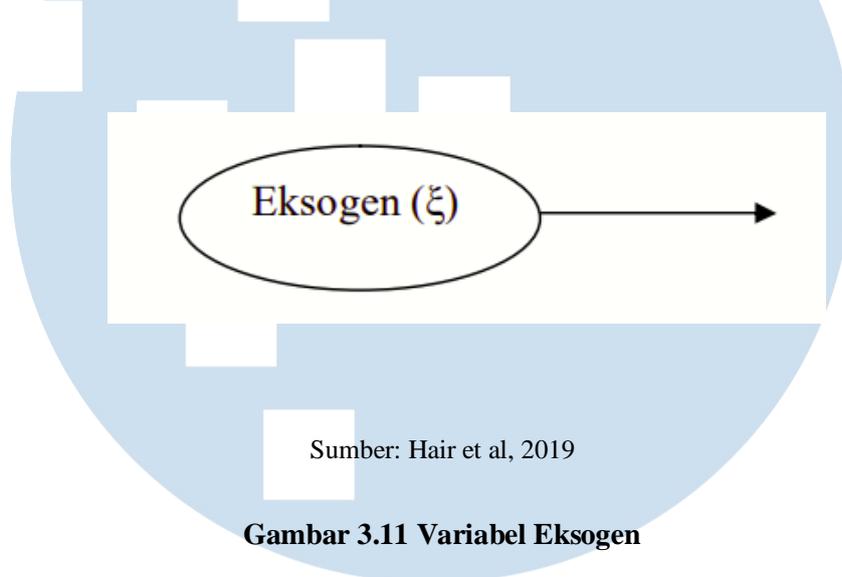
Setelah menentukan apakah *null hypothesis* diterima atau tidak, dibutuhkan juga untuk membuat kesimpulan dari hasil uji hipotesis.

### 3.6 Identifikasi Variabel Penelitian

#### 3.6.1 Variabel Eksogen

Menurut Hair et al (2019) variabel eksogen merupakan variabel *multi-item equivalent* dari *independent variable*. Pada model penelitian, variabel eksogen hanya dapat mempengaruhi variable lainnya dan tidak dapat dipengaruhi oleh

variable lain. Menurut Hair et al (2019) disebut sebagai variabel independen karena, variable eksogen dipengaruhi oleh faktor lain di luar dari model penelitian, dimana faktor tersebut tidak ditunjukkan pada model penelitian. Variabel eksogen digambarkan sebagai lingkaran yang memiliki tanda panah keluar dan dilambangkan dengan huruf Yunani  $\xi$  (“ksi”) (Hair et al, 2019).



Sumber: Hair et al, 2019

**Gambar 3.11 Variabel Eksogen**

Secara grafis, variabel eksogen digambarkan seperti yang ditunjukkan pada gambar 3.11. Pada penelitian ini yang akan menjadi variabel eksogen adalah *perceived security risk*, *perceived privacy risk*, *perceived financial risk*, dan *perceived fraud risk*.

### **3.6.2 Variabel Endogen**

Menurut Hair et al (2019) variabel endogen merupakan variabel *multi-item equivalent* dari *dependent variable*. Pada model penelitian, variabel endogen dapat dipengaruhi variable lainnya. Variabel endogen digambarkan dengan minimal satu anak panah yang mengarah pada variabel endogen dari variabel eksogen dan dilambangkan dengan huruf Yunani  $\eta$  (“eta”) (Hair et al, 2019).



Sumber: Hair et al, 2019

### Gambar 3.12 Variabel Endogen

Secara grafis, variabel endogen digambarkan seperti yang ditunjukkan pada gambar 3.12. Pada penelitian ini yang akan menjadi variabel endogen adalah *investor trust* dan *Intention to Invest*.

### 3.6.3 Variabel Teramati

Variabel teramati adalah variable yang dapat diukur langsung oleh peneeliti dan mampu dijadikan sebagai indikator setiap variabel dalam penelitian sebagai pertanyaan pada kuesioner (Hair et al, 2019). Pada penelitian ini terdapat 21 pertanyaan kuesioner, sehingga jumlah variabel teramati dalam penelitian ini berjumlah 21 indikator yang mewakili variabel *perceived security risk*, *perceived privacy risk*, *perceived financial risk*, *perceived fraud risk*, *investor trust* dan *Intention to Invest*.

### 3.7 Operasional Variabel

Dalam penelitian ini peneliti memiliki 6 variabel *perceived security risk*, *perceived privacy risk*, *perceived financial risk*, *perceived fraud risk*, *investor trust*, dan *intention to invest in online platform*. Definisi operasinal untuk setiap variabel penelitian pada penelitian ini disusun berdasarkan teori dari jurnal – jurnal dan studi

literature. Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah *likert scale* 7-point untuk setiap variabelnya, dimana skala 1 (sangat tidak setuju) hingga skala 7 (sangat setuju). Definisi operasional pada Tabel 3.2 dibawah menggambarkan definisi, *measurement*, dan *scaling technique* untuk setiap variabel.

**Tabel 3.2 Tabel Definisi Operasional Penelitian**

No.	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Scaling Technique
1	<i>Perceived Security Risk</i>	<i>Perceived Security Risk</i> adalah kekhawatiran yang dirasakan konsumen dalam melakukan pengiriman dan penerimaan informasi keuangan beserta potensial kerugian yang dapat diterima akibat kurangnya rasa aman (Hanafizadeh & Khedmatgozar, 2012).	PSR 1	Menurut saya aman untuk mengirim maupun menerima informasi keuangan saya pada sistem aplikasi Ajaib (Hanafizadeh & Khedmatgozar, 2012).	<i>Likert 1-7</i>

No.	<i>Variabel</i>	Definisi Operasional	Kode	<i>Measurement</i>	<i>Scaling Technique</i>
			PSR 2	Menurut saya sistem aplikasi Ajaib tidak mudah diakses oleh pihak tidak berwenang seperti peretas (Hanafizadeh & Khedmatgozar, 2012).	
			PSR 3	Menurut saya investasi reksa dana seperti Ajaib tidak aman jika berbasis aplikasi (Hanafizadeh & Khedmatgozar, 2012).	

N U S A N T A R A

No.	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Scaling Technique
2	<i>Perceived Privacy Risk</i>	<i>Percieved privacy risk</i> adalah potensial akan kehilangan privasi dan kerahasiaan atas informasi pribadi yang menyebabkan beresiko terjadinya pencurian data pribadi (Trinh et al, 2020).	PPR 1	Menurut saya aplikasi Ajaib tidak mengumpulkan informasi pribadi saya (Trinh et al, 2020).	<i>Likert 1-7</i>
			PPR 2	Menurut Saya informasi pribadi saya di aplikasi Ajaib tidak akan tersebar luaskan di internet (Trinh et al, 2020).	

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

No.	<i>Variabel</i>	Definisi Operasional	Kode	<i>Measurement</i>	<i>Scaling Technique</i>
			PPR 3	Menurut saya informasi pribadi saya di aplikasi Ajaib tidak dapat disalah gunakan secara illegal (Trinh et al, 2020).	
			PPR 4	Menurut Saya informasi pribadi saya di aplikasi Ajaib tidak dapat diretas oleh pihak tak bertanggung jawab (Trinh et al, 2020).	

N U S A N T A R A

No.	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Scaling Technique
3	<i>Perceived Financial Risk</i>	<i>Perceived financial risk</i> adalah potensial kerugian yang dapat diterima saat melakukan transaksi pada sebuah platform digital (Trinh et al, 2020).	PFR 1	Menurut saya berinvestasi reksa dana menggunakan aplikasi Ajaib tidak akan menghabiskan uang saya (Trinh et al, 2020).	<i>Likert 1-7</i>
			PFR 2	Menurut saya jika menggunakan aplikasi Ajaib dapat menyebabkan saya kehilangan secara keuangan akibat kecerobohan dalam menulis, seperti salah	

No.	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Scaling Technique
				memasukkan nominal transaksi (Trinh et al, 2020).	
			PFR 3	Menurut saya jika menggunakan aplikasi Ajaib, saya dapat menerima kerugian secara keuangan akibat pihak lain yang tidak taat hukum (Trinh et al, 2020).	

N U S A N T A R A

No.	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Scaling Technique
			PFR 4	Menurut saya jika menggunakan aplikasi Ajaib, saya tidak akan menerima kompensasi jika mengalami kehilangan secara keuangan (Trinh et al, 2020).	
4	<i>Perceived fraud risk</i>	<i>Perceived Fraud Risk</i> dijelaskan sebagai penipuan yang dilakukan melalui berbasis komunikasi seperti penggunaan email, tautan laman web, dan pembuatan akun (Maziriri et al, 2019)	PRR 1	Menurut saya aplikasi Ajaib aman untuk menyelesaikan transaksi keuangan (Singh et al, 2019)	Likert 1-7

N U S A N T A R A

No.	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Scaling Technique
			PRR 2	Menurut saya aplikasi Ajaib memberikan rasa aman untuk informasi pribadi saya (Singh et al, 2019).	
			PRR 3	Menurut saya layanan aplikasi Ajaib terpercaya (Singh et al, 2019).	
5	<i>Investor Trust</i>	<i>Investor Trust</i> dapat diartikan sebagai kesediaan seorang investor untuk menjadi rentan terhadap tindakan pihak pengelola/manajemen (Ali, 2011).	IT 1	Menurut saya aplikasi Ajaib dapat diandalkan dalam berinvestasi reksa dana (Ali, 2011).	<i>Likert 1-7</i>

No.	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Scaling Technique
			IT 2	Menurut saya aplikasi Ajaib kompeten dalam mengelola aktivitas investasi reksa dana (Ali, 2011).	
			IT 3	Menurut saya, aplikasi Ajaib dapat dipercaya untuk berinvestasi reksa dana (Ali, 2011).	
6	<i>Intention to Invest</i>	Intention to invest adalah konstruksi yang mewakili individu dalam melakukan kegiatan secara spesifik (investasi melalui platform online) dengan konsisten	ITI 1	Menurut saya, saya berkeinginan menggunakan aplikasi Ajaib untuk	Likert 1-7

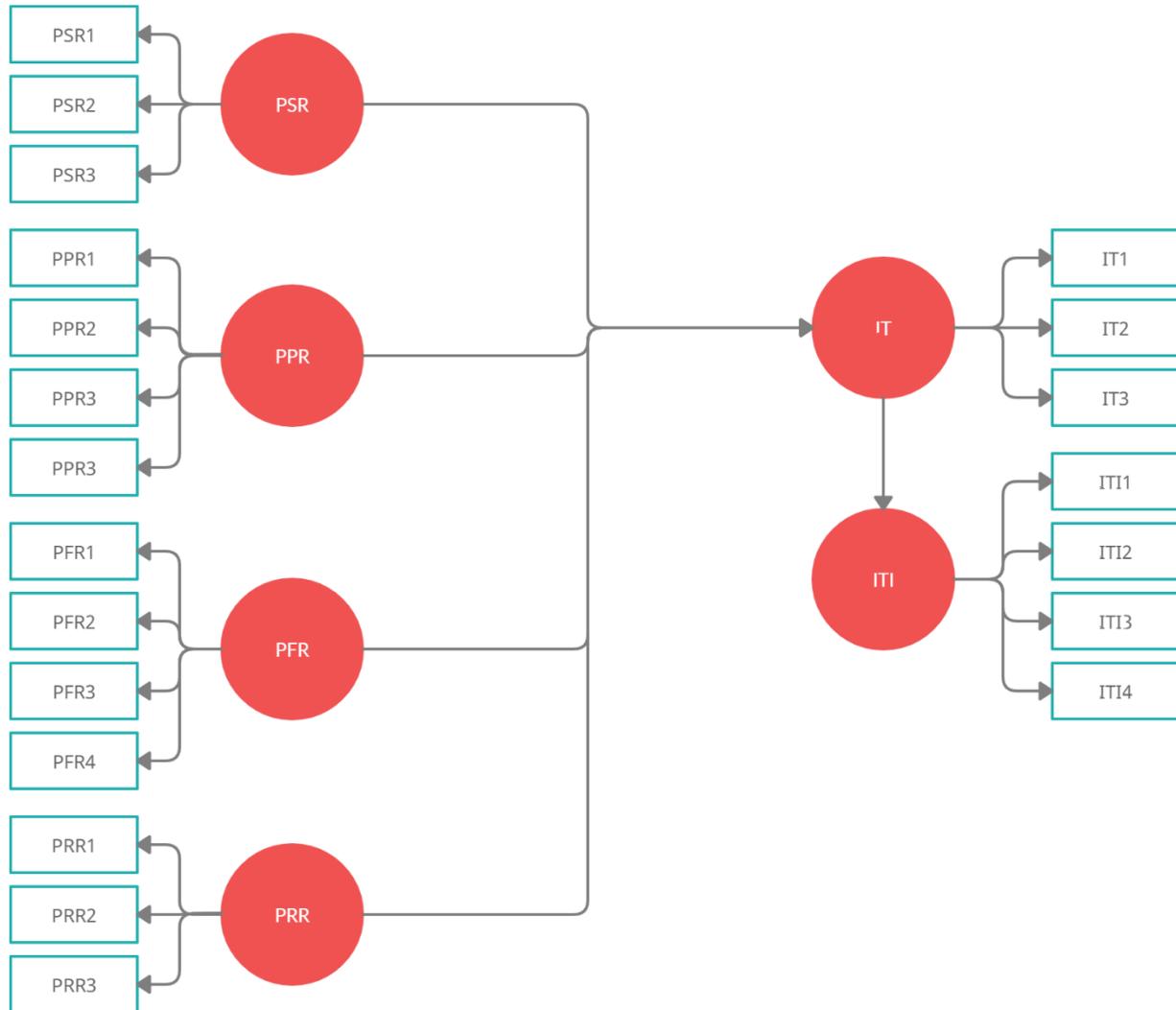
No.	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Scaling Technique
		sesuai dengan intensional, terkecuali jika terjadi hambatan tak terduga (Maziriri et al, 2019)		berinvestasi reksa dana (Trinh et al, 2020).	
			ITI 2	Menurut saya, saya berencana menggunakan aplikasi Ajaib untuk berinvestasi reksa dana (Trinh et al, 2020).	
			ITI 3	Menurut saya, saya akan menggunakan aplikasi Ajaib dalam waktu dekat untuk berinvestasi	

No.	Variabel	Definisi Operasional	Kode	Measurement	Scaling Technique
				reksa dana (Trinh et al, 2020).	
			ITI 4	Menurut saya, saya akan menggunakan aplikasi Ajaib dalam waktu dekat untuk berinvestasi reksa dana (Trinh et al, 2020).	

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.8 Model Keseluruhan Penelitian

Pada penelitian ini, analisa structural model secara keseluruhan yang digunakan digambarkan pada gambar 3.13 berikut.



Gambar 3.13 Structural Model

U N I V E R S I T I A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A