



**PENGARUH PERSEPSI NASABAH TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN *ONLINE TRADING SYSTEM*
(PT.CIMB SECURITIES INDONESIA)**

TESIS

JUFRIYANTO

1310921011

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “ VETERAN ” JAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER MANAJEMEN
2016**



**PENGARUH PERSEPSI NASABAH TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN *ONLINE TRADING SYSTEM*
(PT.CIMB SECURITIES INDONESIA)**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Magister Manajemen
Konsentrasi Manajemen Pemasaran**

JUFRIYANTO

1310921011

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER MANAJEMEN**

2016

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Jufriyanto
NRP : 1310921011
Tanggal : 18 Januari 2016

Bila mana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 18 Januari 2016

Yang Menyatakan,



Jufriyanto

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Jufriyanto
NPM : 1310921011
Program Studi : Manajemen Pemasaran


Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Minat Menggunakan *Online Trading System* (Study Kasus Nasabah PT. CIMB Securities Indonesia). Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 18 Januari 2016

Yang Menyatakan



(Jufriyanto)

PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :

Nama : Jufriyanto
NPM : 1310921011
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tesis : Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Minat Menggunakan *Online Trading System* (Study Kasus Nasabah PT. CIMB Securities Indonesia).

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Penguji dan Pembimbing serta telah diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada program studi Manajemen Pemasaran, Program Pascasarjana Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Dr. Iwan Kresna Setiadi, SE, MM
Ketua Penguji

Dr. Nidjo Sandjojo, M. Sc
Penguji I

Prof. Dr. Djumarno, SE, MBA
Penguji II

Dr. Rusdi Musa Ishaq, SE, MM
Penguji III



Dr. Iwan Kresna Setiadi, SE, MM
Direktur

Dr. Jubaedah, SE, MM
Ka. Prodi

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 26 Januari 2016

**PENGARUH PERSEPSI NASABAH TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN *ONLINE TRADING SYSTEM*
(PT. CIMB Securities Indonesia)**

JUFRIYANTO

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi nasabah terhadap minat menggunakan *online trading system* untuk mendukung aktivitas transaksi beli jual saham mereka sehari-hari, dengan menggunakan kerangka TAM. Berdasarkan kerangka TAM yang diajukan oleh Davis, diajukan model intervening yaitu sikap penggunaan. Sikap penggunaan dalam hal ini berperan sebagai variabel intervening pada pengaruh persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan online trading system.

Penelitian ini dilakukan dengan metode survey terhadap persepsi nasabah dalam menggunakan *online trading system* pada nasabah PT.CIMB Securities Indonesia khususnya di Jakarta dan sekitarnya. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling*. Kuesioner dari 100 nasabah pemilik fasilitas online trading di PT.CIMB Securities yang memenuhi syarat sebagai sampel diuji dengan menggunakan *Path Analysis* pada program SPSS 21.

Hasil penelitian dan perhitungan statistik yang didapat bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap sikap akan tetapi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan online trading system sebesar 2,25%, kemudahan berpengaruh terhadap sikap dengan kontribusi sebesar 26,01%, manfaat berpengaruh terhadap sikap dengan besaran kontribusi adalah sebesar 5,24%, manfaat berpengaruh terhadap minat dengan besaran kontribusi sebesar 8,58% dan sikap berpengaruh terhadap minat dengan besaran kontribusi sebesar 32,71%.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa minat untuk menggunakan *online trading system* dipengaruhi oleh persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat. Implikasi dari penelitian ini bagi pihak manajemen perusahaan dan pengembang sistem online trading agar memperhatikan kembali faktor kepercayaan, kemudahan dan manfaat dalam menerapkan dan mengembangkan transaksi jual beli saham secara online pada sistem jual belinya.

Kata Kunci : kepercayaan, kemudahan, manfaat, sikap, minat

***EFFECT OF PERCEIVED CUSTOMERS INTENTION TO USE ONLINE
TRADING SYSTEM
(PT. CIMB Securities Indonesia)***

JUFRIYANTO

Abstract

The objective was test the influence of perceived of the customer against the intention in using the online trading system to support the activity of transaction buy selling their stocks daily, using the framework of TAM. Based on the framework of TAM presented by Davis, proposed intervening model namely the attitude of use. Use of the attitude in this case acts as the intervening variables on influence perceived of trust, perceived ease of use and the perceived usefulness intention to use online trading system.

This research was conducted with methods of survey against customer perceived in using online trading system on the customer of PT. CIMB Securities Indonesia, especially in Jakarta and its surrounding areas. Determination of the sample in this study using the method of non-probability sampling. Questionnaire of the customer 100 owners of online trading facilities at PT. CIMB Securities that qualify as sample tested using Path Analysis on the program SPSS.

The results of the research and statistical calculations that earned that trust does not have an impact on the attitude of influential trust but significantly to intention to use the online trading system amounted to 2.25%, the ease of use affects the attitude with the contribution of 26,01%, usefulness have an effect on the attitude with the magnitude of the contribution was of 5.24%, usefulness to interest with the magnitude of the contribution of 8.58% effect on intentionto use and attitude with the magnitude of the contribution of 32,71%.

It can be inferred that the intention to use the online trading system is influenced by the perceived of trust, ease of use of perceived and the perceived of usefulness. The implications of this research for the management company and the developer of the online trading system so that the trust factor reconsidered, ease of use and usefulness in implementing and developing the transaction of buying and selling stocks online on sale purchasing system.

Key words: *trust, ease of use, usefulness, attitude, intention to use*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga tesis ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang dilaksanakan sejak Februari 2015 ini adalah Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Minat Menggunakan *Online Trading System* (PT CIMB Securities Indonesia). Terima kasih penulis ucapkan kepada yang terhormat Bapak Prof. Dr.Djumarno, SE, MBA dan Bapak Dr. Rusdi Musa Ishaq, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran dan masukan yang sangat bermanfaat.

Disamping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Saronu Nurohman (ayah), Duriyah (ibu), Robiyanto,SE (Adik), Ahmad Said (adik) dan Rizky Ammalia Ulfa serta seluruh keluarga yang tidak henti – hentinya memberikan penulis semangat dan doa. Penulis juga sampaikan terima kasih kepada teman-teman yang telah membantu dalam penulisan ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan penelitian ini.Oleh karena itu mohon maaf apabila terdapat banyak kekurangan dan kesalahan dan Penulis sangat berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat khususnya dalam rangka penelitian dalam bidang pemasaran dan para pembaca pada umumnya.

Jakarta, Januari 2016

Penulis

Jufriyanto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang Permasalahan	1
I.2 Pembatasan Masalah.....	8
I.3 Perumusan Masalah.....	9
I.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
II.1 Hasil Penelitian Yang Relevan	12
II.2 Kajian Teori.....	14
II.3 Model Penelitian.....	27
II.4 Rumusan Hipotesis	33
BAB III METODELOGI PENELITIAN	
III.1 Tempat dan Jadwal Penelitian	35
III.2 Desain Penelitian	35
III.3 Populasi dan Sampel.....	36
III.4 Instrumen Penelitian	37
III.5 Teknik Pengumpulan Data	50
III.6 Teknik Analisis Data	51
III.7 Hipotesis Statistik.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN	
IV.1. Deskripsi Data	55
IV.2. Pengujian Persyaratan Analisis	62
IV.3. Pengujian Hipotesis	92
IV.4. Pembahasan Hasil Penelitian.....	97
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN	
V.1. Simpulan.....	104
V.2. Implikasi Manajerial.....	106

V.3. Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA	109
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	114
LAMPIRAN.....	115

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Penelitian Yang Relevan	3
Tabel 2	Kisi-Kisi Instrumen Variabel Minat	38
Tabel 3	Uji Validitas Minat.....	39
Tabel 4	Uji Realibilitas Minat.....	40
Tabel 5	Kisi – Kisi Instrumen Variabel Kepercayaan.....	41
Tabel 6	Uji Validitas Kepercayaan	42
Tabel 7	Uji Realibilitas Kepercayaan.....	42
Tabel 8	Kisi-Kisi Instrumen Variabel Kemudahan	43
Tabel 9	Uji Validitas Variabel Kemudahan	44
Tabel 10	Uji Realibilitas Variabel Kemudahan	45
Tabel 11	Kisi-Kisi Variabel Manfaat	46
Tabel 12	Uji Validitas Variabel Manfaat	47
Tabel 13	Uji Realibilitas Variabel Manfaat	48
Tabel 14	Kisi-Kisi Instrumen Variabel Sikap	49
Tabel 15	Uji Validitas Variabel Sikap	50
Tabel 16	Uji Realibilitas Variabel Sikap.....	51
Tabel 17	Deskripsi Variabel Penelitian.....	55
Tabel 18	Distribusi Frekuensi Variabel Minat	56
Tabel 19	Distribusi Frekuensi Variabel kepercayaan.....	57
Tabel 20	Distribusi Frekuensi Variabel Kemudahan	58
Tabel 21	Distrbusi Frekuensi Variabel Manfaat	60
Tabel 22	Distribusi Frekuensi Variabel Sikap	61
Tabel 23	Uji Normalitas Data Skor Sikap atas Kepercayaan.....	63
Tabel 24	Uji Normalitas Data Skor Minat atas Kepercayaan	63
Tabel 25	Uji Normalitas Data Skor Sikap atas Kemudahan	64
Tabel 26	Uji Normalitas Data Skor Sikap atas Manfaat	65
Tabel 27	Uji Normalitas Data Skor Minat atas Manfaat.....	65
Tabel 28	Uji Normalitas Data Skor Minat atas Sikap	66
Tabel 29	Rangkuman Uji Normalitas.....	66
Tabel 30	Uji Homogenitas Varians Sikap atas Kepercayaan.....	67
Tabel 31	Uji Homogenitas Varians Minat atas Kepercayaan	68
Tabel 32	Uji Homogenitas Varians Sikap atas Kemudahan	68
Tabel 33	Uji Homogenitas Varians Sikap atas Manfaat	69
Tabel 34	Uji Homogenitas Varians Minat atas Manfaat.....	69
Tabel 35	Uji Homogenitas Varians Minat atas Sikap	70
Tabel 36	Rangkuman Uji homogenitas	70
Tabel 37	Persamaan Regresi Sikap atas Kepercayaan	71
Tabel 38	Uji Signifikansi Sikap atas Kepercayaan	71
Tabel 39	Uji Linieritas Sikap atas Kepercayaan	72
Tabel 40	Persamaan Regresi Minat atas Kepercayaan.....	72
Tabel 41	Uji Signifikansi Minat atas Kepercayaan.....	72

Tabel 42	Uji Linieritas Minat atas Kepercayaan	73
Tabel 43	Persamaan Regresi Sikap atas Kemudahan	73
Tabel 44	Uji Signifikansi Sikap atas Kemudahan.....	74
Tabel 45	Uji Linieritas Sikap atas Kemudahan.....	74
Tabel 46	Persamaan Regresi Sikap atas Manfaat	77
Tabel 47	Uji Signifikansi Sikap atas Manfaat	77
Tabel 48	Uji Linieritas Sikap atas Manfaat.....	78
Tabel 49	Persamaan Regresi Minat atas Manfaat	78
Tabel 50	Uji Signifikansi Minat atas Manfaat	79
Tabel 51	Uji Linieritas Minat atas Manfaat	79
Tabel 52	Persamaan Regresi Minat atas Sikap	81
Tabel 53	Uji Signifikansi Minat atas Sikap.....	81
Tabel 54	Uji Linieritas Minat atas Sikap.....	82
Tabel 55	Anova Sub-Struktural 1	84
Tabel 56	Koefisien Uji T Sub-Struktural 1	85
Tabel 57	Model Summary	85
Tabel 58	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	86
Tabel 59	Rangkuman Hasil Perhitungan dan Pengujian Koefisien Jalur Sub-Struktur-1	86
Tabel 60	Anova X_2 dan X_3 terhadap X_4	87
Tabel 61	Koefisien Uji t X_2 dan X_3 terhadap X_4	87
Tabel 62	Model Summary	88
Tabel 63	Rangkuman Hasil Perhitungan dan Pengujian Koefisien Jalur Sub-Struktur-1	88
Tabel 64	Anova pada Sub-Struktural 2	89
Tabel 65	Koefisien Uji T pada Sub-struktural 2	89
Tabel 66	Model Summary	90
Tabel 67	Rangkuman Hasil Perhitungan Dan Pengujian Koefisien Jalur Sub-Struktur-2	90
Tabel 68	Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis	95
Tabel 69	Presentase Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Model Penelitian Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Online Trading System.....	33
Gambar 2	Histogram Distribusi Frekuensi Variabel Minat	56
Gambar 3	Histogram Distribusi Frekuensi Variabel Kepercayaan.....	57
Gambar 4	Histogram Distribusi Frekuensi Variabel Kemudahan.....	58
Gambar 5	Histogram Distribusi Frekuensi Variabel Manfaat.....	60
Gambar 6	Histogram Distribusi Frekuensi Variabel Sikap.....	62
Gambar 7	Model Analisis Jalur Antar Variabel.....	83
Gambar 8	Hubungan Kausal Sub-Struktural 1	84
Gambar 9	Hubungan Kausal pada Sub-Struktural 1: Variabel X_2 Dan X_3 Terhadap X_4	88
Gambar 10	Hubungan Kausal pada Sub-Struktural 2.....	88
Gambar 11	Hubungan Kausal pada Sub-Struktural 2	91
Gambar 12	Hubungan Kausal Antar Variabel	92

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	115
Lampiran 2	Tabulasi Jawaban Responden.....	121
Lampiran 3	Hasil Output SPSS.....	146
Lampiran 4	Tabel F.....	147
Lampiran 5	Tabel T.....	151
Lampiran 6	Surat Riset Perusahaan.....	155